



Universidad Nacional de Loja

Modalidad de Estudios a Distancia

Carrera de Administración de Empresas

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE OVEROLES DE TRABAJO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”.

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

Autora:

Nancy Jacqueline Castro Garzón

DIRECTOR:

Dr. Luis Quizhpe Salinas, MAE

Loja - Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

Dr. Luis Quizhpe Salinas

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA

Que el presente trabajo investigativo previo a la obtención del grado de Ingeniería de Administración de Empresas, de la autoría de: Nancy Jacqueline Castro Garzón, titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE OVEROLES DE TRABAJO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”**, ha sido revisado bajo mi supervisión y dirección cumpliendo con todas las normas y requerimientos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, en su estructura de fondo y forma, autorizando su presentación para los fines pertinentes.



Dr. Luis Quizhpe Salinas

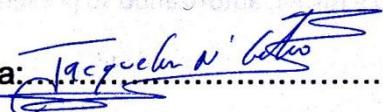
DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Nancy Jacqueline Castro Garzón, declaro ser autora del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

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

Firma:



Autora: Nancy Jacqueline Castro Garzón

Cédula: 1714852769

Fecha: Loja, mayo del 2015

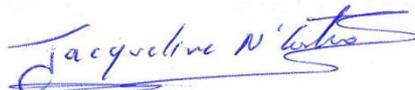
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **NANCY JACQUELINE CASTRO GARZÓN**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE OVEROLES DE TRABAJO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO"**, como requisito para optar al grado de: Ingeniera Comercial, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para con fines académicos; muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de Mayo del 2015, firma la autora.

Firma: 

Autora: Nancy Jacqueline Castro Garzón

Cédula: 171485276-9

Dirección: Matilde Álvarez OE4-360 y Mariscal Sucre - Quito

Correo electrónico: jacqycastro@hotmail.com

Teléfono: 023033868

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Dr. Luis Quizhpe Salinas

Presidente del Tribunal: Ing. Edison Espinosa

Miembro del Tribunal: Ing. Carlos Rodríguez

Miembro del Tribunal: Ing. Galo Salcedo

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Dios, a mis padres y mi esposo.

A Dios, quien me supo guiar por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desfallecer en el trayecto de mi carrera.

A mi padre Manuel Castro, por su apoyo absoluto y amor, ayuda en los momentos difíciles y por apoyarme con los recursos necesarios para culminar mi carrera. El me enseñó a enfrentar las adversidades sin perder nunca la dignidad y la esperanza.

A mi madre Marcia Garzón, por sus valiosos consejos, que los he aplicado en mi vida personal y profesional. A mis padres que me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi amado esposo Roberto Míguez, que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, fuente de sabiduría, calma y comprensión en todo momento.

NANCY JACQUELINE CASTRO GARZÓN

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por la vida y por permitirme que no me dé por vencida, en tantos inconvenientes en este proceso de mi carrera, a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a todo el personal docente que fueron guías y amigos de notables principios y valores, a todos ellos mis respetos y consideraciones, por sus enseñanzas que fueron muy valederas para mi formación en la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, al Ing. Carlos Rodríguez, Ing. Galo Salcedo, al Dr. Luis Quizhpe Salinas, quien estuvo a cargo de mi presentación y dirección de mi tesis y al Ing. Edison Espinosa, por su aporte valioso en la últimas correcciones.

A mis padres y a mi esposo, quienes supieron con su amor, cariño y comprensión, darme ese apoyo incondicional para culminar con mis estudios Universitarios.

a. *TITULO.*

***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION
DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE OVEROLES
DE TRABAJO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA
CIUDAD DE QUITO”***

b. RESUMEN.

El presente proyecto a ejecutarse elaborará overoles de trabajo y su comercialización en la ciudad de Quito y pueden ser adquiridos por los clientes. Además este trabajo pretende ayudar a las personas que consumen un producto a base de materiales de muy buena calidad a producir.

Con este producto se intenta incrementar una empresa que preste servicios de un producto de calidad para que puedan contribuir con el desarrollo de social, político y económico de la ciudad de Quito.

Por último este proyecto tendrá la función social de contrarrestar el desempleo que son las principales marcas de la sociedad y la creación de una empresa dedicada a elaborar overoles de trabajo contribuirá a consolidar el tejido económico de este sector, primero porque habrá apertura de fuentes de trabajo, lo que le permitirá al empleado cubrir su canasta básica; y segundo porque se da la oportunidad a los inversionistas en ejecutar este proyecto que les generará rentabilidad.

Se presenta un breve análisis de la situación económica de nuestro país y de nuestra ciudad en cuanto se refiere a la implementación de esta nueva empresa. La metodología utilizada presenta las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que se utilizaron para presentar los resultados de este trabajo.

Se cree que la utilización de los overoles están en auge ya que la mayoría de encuestados aducen que les protege cuando están ejerciendo algún tipo de trabajo.

Se ha demostrado que la mayoría de los consumidores de overoles compran de entre 1 a 2 en el año. Es decir que es necesario mantenernos con un precio módico y asequible, para no perder la clientela.

Que al impulsar una empresa de esta naturaleza si apoyarían esta iniciativa por parte de los inversionistas puesto que esto traería más fuentes de trabajo y se daría al mercado un nuevo producto de mejor calidad en la ciudad de Quito. Ya que de acuerdo al análisis efectuado podemos corroborar que las ventas de overoles en el mes fluctúan de entre 21 a 30 overoles mensuales que venden según los oferentes en el mercado Quiteño.

SUMMARY

This project to develop coveralls run and marketing in Quito and can be purchased by customers. Furthermore, this paper aims to help people who consume a product based materials to produce very good quality.

This product is intended to increase a company that provides services of a quality product so they can contribute to the development of social, political and economic development of the city of Quito.

Finally this project will have the social function of counteracting unemployment are the main brands of the company and the creation of a company dedicated to developing coveralls contribute to strengthening the economic fabric of this sector, first because there will be opening of jobs, which will allow the employee to cover their basic food basket; and second because it gives investors the opportunity to run this project will generate profitability.

A brief analysis of the economic situation of our country and our city in story refers to the implementation of this new company presents. The methodology presents the information collection techniques and research methods that were used to present the results of this work.

It is believed that the uses of coveralls are booming because the majority of respondents argue that protects them when they are exercising some kind of work.

It has been shown that most consumers buy overalls from 1 to 2 in the year. That is necessary to keep a reasonable and affordable price, not to lose customers.

That by driving a company of this nature if they would support this initiative by investors as this would bring more jobs and give the market a new product of better quality in the city of Quito. Since according to the analysis carried out can confirm that sales of overalls in the month fluctuate between 21-30 monthly overalls selling as Quiteño bidders in the market.

c. INTRODUCCION.

En la actualidad, la seguridad en el trabajo es una actividad muy importante debido a que está encaminada a prevenir la ocurrencia de accidentes laborales, cuyo resultado final es el daño que a su vez se traduce en pérdidas.

En sus inicios, la seguridad en el trabajo buscaba solamente el incremento de la productividad pero con la automatización se dio paso a la creación de ciertos métodos organizativos y de producción en serie, es así como se descubre que se explotaban capacidades físicas por encima de lo que puede soportar el cuerpo humano y fue para entonces cuando cobra importancia el factor de la seguridad y la utilización de ropa de trabajo e implementos de seguridad necesarios para una mayor protección del trabajador.

Esta constante evolución en la preocupación por proporcionar elementos de trabajo acordes a las necesidades de cada actividad laboral, ha generado la necesidad de implementar propuestas técnicas que demuestren la factibilidad de implementar proyectos destinados a la producción de este tipo de implementos, específicamente overoles de trabajo, que además de ser cómodos, cumplan con ciertos requisitos técnicos que contribuyan a salvaguardar la integridad física de los trabajadores.

En el Ecuador, organismos como el Ministerio de Relaciones Laborales y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, obligan a las empresas a proporcionar a sus trabajadores, todos los implementos necesarios para resguardar su integridad física, caso contrario son sancionados, lo que abre una gran posibilidad para la empresa de producción de overoles de trabajo, dado que se incrementa considerablemente la demanda.

Por lo que, el presente estudio parte de la problemática de que existen un sinnúmero de empresas que no planifican, que realizan empíricamente la ejecución de una labor, sin establecer si el negocio en el cual han colocado su capital, inversión y obligaciones es viable de ejecutar desde los ámbitos del mercado, técnico, organizacional y económico financiero, lo cual propicia que muchas inversiones no resulten rentables para sus inversionistas.

No cabe duda que el diseño y ejecución del Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de overoles de trabajo, es ingenioso e innovador y que vale la pena diseñarlo, estudiarlo y analizarlo de una manera eficiente y concreta, ya que dentro de la ciudad de Loja no existen empresas que se dediquen a este tipo de producción.

Entre los objetivos planteados en este proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección de overoles de trabajo y su comercialización en la ciudad de Quito. Se considera los siguientes: elaborar un estudio de mercado que determine y cuantifique tanto la oferta, como la demanda del producto, demanda insatisfecha y establecer un plan de comercialización.

Realizar el estudio técnico del proyecto en base a una investigación, con el fin de determinar el tamaño óptimo de la Empresa, su localización y aspectos tecnológicos.

Determinar la estructura organizacional con la cual operará la Empresa, estableciendo desde su razón social, su filosofía, su estructura orgánica y funcional, a fin de que cuente con una base sólida de desarrollo. Elaborar un estudio financiero establecer la inversión, costos y precio de venta al público.

Realizar la evaluación financiera del proyecto en base a criterios de evaluación como VAN, TIR, RB/C, PRC y ANSENS que permitan establecer si el proyecto es financieramente factible de ejecutarse o no.

En la actualidad, la seguridad en el trabajo es una actividad muy importante debido a que está encaminada a prevenir la ocurrencia de accidentes laborales, cuyo resultado final es el daño que a su vez se traduce en pérdidas.

En sus inicios, la seguridad en el trabajo buscaba solamente el incremento de la productividad pero con la automatización se dio paso a la creación de ciertos métodos organizativos y de producción en serie, es así como se descubre que se explotaban capacidades físicas por encima de lo que puede soportar el cuerpo humano y fue para entonces cuando cobra importancia el factor de la seguridad y la utilización de ropa de trabajo e implementos de seguridad necesarios para una mayor protección del trabajador.

Esta constante evolución en la preocupación por proporcionar elementos de trabajo acordes a las necesidades de cada actividad laboral, ha generado la necesidad de implementar propuestas técnicas que demuestren la factibilidad de implementar proyectos destinados a la producción de este tipo de implementos, específicamente overoles de trabajo, que además de ser cómodos, cumplan con ciertos requisitos técnicos que contribuyan a salvaguardar la integridad física de los trabajadores.

En el Ecuador, organismos como el Ministerio de Relaciones Laborales y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, obligan a las empresas a proporcionar a sus trabajadores, todos los implementos necesarios para resguardar su integridad física, caso contrario son sancionados, lo que abre una gran posibilidad para la empresa de producción de overoles de trabajo, dado que se incrementa considerablemente la demanda.

Por lo que, el presente estudio parte de la problemática de que existen un sinnúmero de empresas que no planifican, que realizan empíricamente la ejecución de una labor, sin establecer si el negocio en el cual han colocado su capital, inversión y obligaciones es viable de ejecutar desde los ámbitos del

mercado, técnico, organizacional y económico financiero, lo cual propicia que muchas inversiones no resulten rentables para sus inversionistas.

No cabe duda que el diseño y ejecución del Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de overoles de trabajo, es ingenioso e innovador y que vale la pena diseñarlo, estudiarlo y analizarlo de una manera eficiente y concreta, ya que dentro de la ciudad de Loja no existen empresas que se dediquen a este tipo de producción.

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL

ROPA DE TRABAJO

Es cualquier prenda de vestir utilizada por las personas para reducir su exposición a los riesgos en su lugar de trabajo.

El cuidado y observación de la ropa de trabajo es responsabilidad del profesional. Tener conocimientos de las normas de seguridad y de los beneficios de respetarlas contribuye a tomar conciencia y evitar accidentes laborales.¹

Además del tipo de ropa de trabajo relacionada con cada actividad específica, es de gran importancia el modo de utilización. Según las normas de seguridad industrial en el trabajo, la indumentaria específica de cada actividad debe ser utilizada de modo que evite cualquier tipo de riesgo de accidente en la tarea a desarrollar. En términos generales, se debe llevar ajustada la ropa de trabajo evitando llevar partes sueltas de tela, o ropa desgarrada, estas situaciones motivan riesgos laborales. Es peligroso llevar partes de tela que cuelguen de la indumentaria, ya que pueden existir riesgos de enganche y deslizamientos.

Ropa y herramientas

Según las diferentes tareas a desarrollar no está permitido guardar herramientas en bolsillos de la indumentaria, tampoco colgarlas de cintos de seguridad, o enganchar en zapatos especiales. Solo en los casos que el diseño

¹ <http://www.seguridad-e-higiene.com.ar/ropa-de-trabajo.php>

de la ropa lo requiera y tenga bolsillos diseñados a tal fin, podrán llevarse herramientas en la ropa de trabajo. Es necesario concientizar e instruir detalladamente en el modo de utilizar la vestimenta. Los riesgos de accidentes y las posibilidades de lesiones en los individuos aumentan cuando la ropa de trabajo es mal utilizada. Siempre que se detecten roturas, desgarros o anomalías de la fabricación se debe indicar su reemplazo para seguridad del trabajador y del equipo que comparte actividades diarias. Conocer los riesgos de accidentes es muy importante para prevenir e implementar normas adecuadas.

Utilizar la ropa indicada

En el desarrollo de la actividad laboral cotidiana es de gran importancia utilizar la indumentaria adecuada. No reemplazar el material de trabajo por ropa o vestimenta parecida pero de diferente material de elaboración. Un caso típico relacionado con el reemplazo de ropa de trabajo por otra parecida es en la utilización de guantes. Los guantes se encuentran elaborados específicamente para cubrir los requerimientos de cada actividad laboral. Cuando se desarrollan tareas orientadas al manejo de electricidad se utilizan guantes específicos, de igual modo con las tareas en alturas, la manipulación de químicos, movimientos de metales, tareas de soldadura y actividades especializadas. Utilizar guantes que fueron diseñados para una actividad en tareas diferentes, no es un buen consejo para ningún trabajador profesional. Los riesgos son numerosos cuando no se respetan las funciones de cada indumentaria de trabajo.

Mantener en buen estado.

La observación constante de la ropa de trabajo debe convertirse en un hábito que tiene numerosos beneficios, uno de los principales es la prevención. Cuando se registran averías o rasgadasuras lo mejor es reparar la indumentaria o solicitar ropa en buen estado para trabajar en forma profesional y respetando las normas de seguridad.

Normas, estándares y consideraciones básicas

- *Es importante asegurarse de que se cumplen a cabalidad las normas y estándares de seguridad adecuadas con respecto a la **Ropa de Trabajo** necesaria para la labor indicada o para la industria donde se efectúa el trabajo.*
- *Hay que asegurarse de que cada artículo de la **Ropa de Trabajo** es apropiado para cada riesgo laboral especial.*
- *También es necesario asegurarse de que la Ropa de Trabajo es de la talla indicada para cada trabajador. Es necesario garantizar la comodidad, no sólo la seguridad.*
- *Proporcionar una capacitación precisa en el uso apropiado de la Ropa de Trabajo.*
- *Ofrecer un entrenamiento adicional para los supervisores y así poder asegurar que entienden su papel en la aplicación y utilización de la Ropa de Trabajo.*

- *Es importante mantener la Ropa de Trabajo limpia y en buen estado.²*

La Ropa de Trabajo y el equipo de protección se encuentran hoy en día disponible para la protección de casi todas las partes del cuerpo, así el tipo de equipo utilizado para el trabajo depende de la protección que se requiera.

Algunas de las áreas comunes del cuerpo requieren de la protección del equipo y Ropa de Trabajo indicada, para lo cual se pueden encontrar diversos ejemplos en el mercado como la protección del cuerpo con vestuario de algodón de perforación, overoles, chaquetas y pantalones impermeables, camisetas a prueba de calor y prendas de alta visibilidad, calzado de seguridad con puntas de acero para la protección de los pies, botas para el agua y calzado antideslizante, además de la protección de las manos con guantes de algodón, cuero, PVC o nitrilo.

A veces es fácil olvidarse de utilizar la Ropa de Trabajo adecuada para la seguridad y protección en las labores profesionales diarias, pero el simple hecho es que es esencial para la protección de la integridad física en los accidentes.

EL OVEROL

El overol, mameluco o braga es una prenda de faena de una sola pieza. Suele ponerse sobre la ropa corriente para protegerla.

Aunque ideado originalmente como prenda de trabajo, es bastante popular su uso en niños.

² <http://www.seguridad-e-higiene.com.ar/ropa-de-trabajo.php>



Peto y tirantes

Llamado "jardinero" en Argentina y Chile, éste es un pantalón con un peto en la parte delantera y tirantes en la parte posterior. Este tipo de mono está generalmente fabricado de mezclilla y tiene varios bolsillos.³

MARCO CONCEPTUAL

Proyecto de Inversión

"Es un conjunto de ideas, datos, cálculos y documentos explicativos integrados en forma metodológica, que marca las pautas a seguir tanto en realización como en costos y beneficios, que de determinada obra a tarea habrá de obtenerse y son analizados, para así fundamentar la toma de decisiones acerca de su aceptación o rechazo."⁴

Objetivo

"Un proyecto de inversión tiene como objetivo aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o largo plazo.

³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Overol>

⁴ CÓRDOVA Padilla, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Ecoe Ediciones. Bogotá. Año 2009.

Importancia de la elaboración de proyectos

La ejecución de proyectos productivos se constituye en el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras de orden regional, nacional e internacional, tienen como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyan a su crecimiento económico y beneficios sociales."

ESTUDIO DE MERCADO

CONCEPTO

El estudio de mercado nos permite recolectar y analizar información acerca de la oferta y la demanda del producto o servicio que se pretende implementar. En este estudio es importante realizar un diagnóstico del: Precio, plaza, producto y promoción, estos nos permite conocer el posicionamiento del mercado para una acertada inversión.

Es la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda

ANALISIS DE LA DEMANDA

Este estudio permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en

*cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.*⁵

Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

ESTUDIO DE LA OFERTA

*“La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado”.*⁶

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

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

⁵ SAPAG, Nassir y Reinaldo. (2010)Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México

⁶ SAPAG, Nassir y Reinaldo. (2010)Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México.

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

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor.

ESTUDIO TÉCNICO

DEFINICIÓN

“Tiene por objeto proveer información para calificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertenecientes a esta área. Su propósito es determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto (materias primas, mano de obra etc.); en este estudio se incluyen los aspectos de tamaño, localización e ingeniería”⁷

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño

"Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios o costos sociales.

El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

⁷ CÓRDOVA Padilla, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Ecoe Ediciones. Bogotá. Año 2009.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto"⁸

Capacidad instalada.

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

Capacidad utilizada

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

Localización

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son

⁸ MARTÍNEZ y Vejar; Martínez, Romero y Pérez, Planificación estratégica. México. Año 2010.

solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.⁹

Microlocalización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

Macrolocalización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

Factores de localización

Constituyen todos los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.¹⁰

INGENIERÍA DEL PROYECTO

“Tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de

⁹ HERNANDEZ, Abraham. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Sexta Edición; Editorial McGraw Hill; México.

¹⁰ BACA, Urbina. (2012) Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL

la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario”.

Infraestructura Física.

Se relaciona con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. Debe contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión¹¹

Distribución en planta.

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

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

Base Legal

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

¹¹ BACA, Urbina, (2012) Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL.

1. *Acta constitutiva. Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.*

2. *La razón social o denominación. Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.*

3. *Domicilio. Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.*

4. *Objeto de la sociedad. Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.*

5. *Capital social. Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.*

6. *Tiempo de duración de la sociedad. Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.*

7. Administradores. Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma”

Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:¹²

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

¹² BACA, Urbina. (2012) Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL.

Nivel Ejecutivo

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

Nivel Asesor

*Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.*¹³

Nivel de Apoyo

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

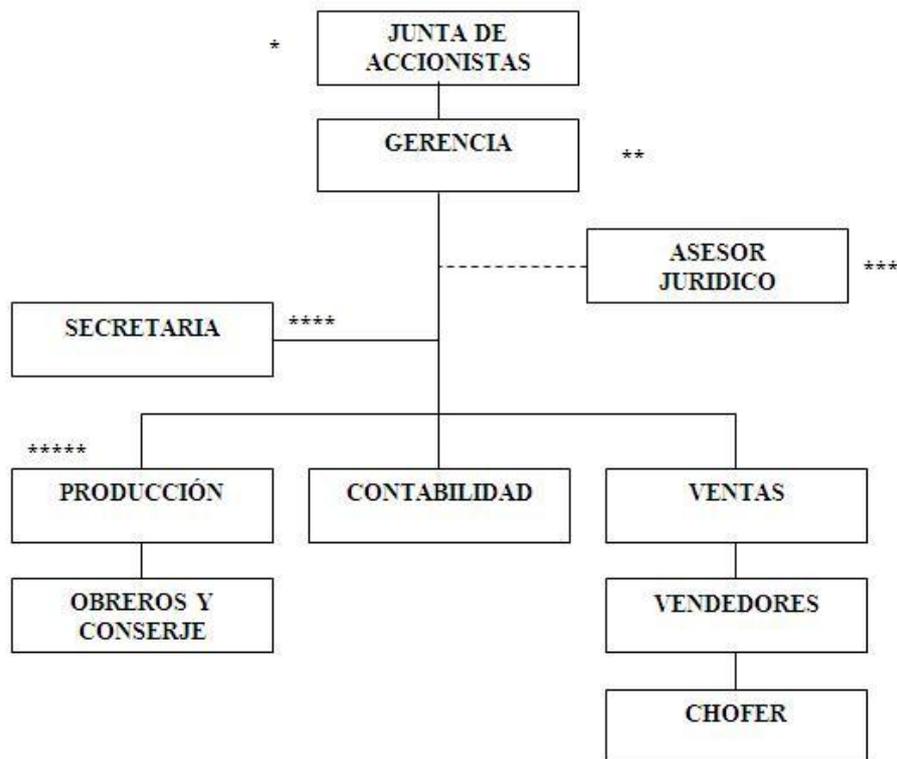
Nivel Operativo

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

¹³ ACOSTA, Alberto. (2010). Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo. Tercera Edición; Editorial Norma S.A., Quito Ecuador.

Organigramas

EL Flujo grama o Diagrama de Flujo, son gráficos que señalan el movimiento, desplazamiento o curso de alguna cosa, que bien puede ser una actividad, un formulario, un informe, materiales, personas o recursos.



Es importante ya que ayuda a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este, brinda elementos de juicio idóneos para la representación de procedimientos y procesos, así como las pautas para su manejo en sus diferentes versiones.¹⁴

ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los

¹⁴ BACA, Urbina (2012) Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL

*requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores.*¹⁵

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

- *Activos Fijos*
- *Activos Intangibles y,*
- *Capital de Trabajo*

ACTIVOS FIJOS.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico.

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente.

¹⁵ BACA, Urbina., (2011) Proyectos de Inversión. MCGRAW-HILL, Pág. 103.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

INGRESOS TOTALES

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

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

INGRESOS

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS

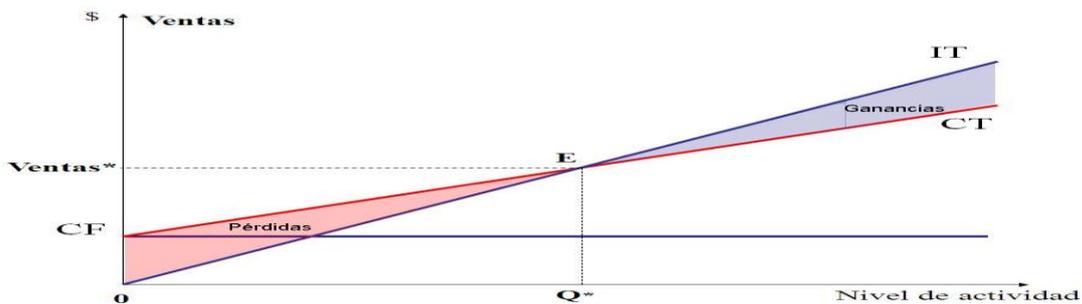
Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros, como podrá observarse en el cuadro descrito a continuación:

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Fórmula:

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



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

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.¹⁶

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

Valor Actual Neto.- Trata sobre los montos actuales en el que se procede a determinar si el valor actual del flujo esperado puede justificar los desembolsos originales.

Fórmula:

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

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

Fórmula:

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

¹⁶ VARELA, Rodrigo. (2010). Innovación Empresarial, Segunda Edición; Editorial McGraw Hill; Bogotá, Colombia.

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

Fórmula:

$$PRC = \text{Año anterior} \quad \frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados} - \text{inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

Cubrir la inversión

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

Fórmula:

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

Análisis de Sensibilidad.- En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para medir si le afectan o no, las situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.¹⁷

Fórmula:

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

¹⁷ VARELA, Rodrigo. (2010). Innovación Empresarial, Segunda Edición; Editorial McGraw Hill; Bogotá, Colombia.

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

MATERIALES.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizaron recursos humanos, técnicos y materiales, mismos que serán financiados por el autor del proyecto.

DETALLE DE MATERIALES
<i>lápiz</i>
<i>cuaderno</i>
<i>esféros</i>
<i>borrador</i>
<i>calculadora</i>
<i>computadora</i>

RECURSOS HUMANOS:

Se contó con la Dirección de un Docente de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia y de la aspirante al Título de Ingeniera en Administración de Empresas, Jacqueline Castro.

Detalle	Valor
<i>Adquisición de bibliografía</i>	<i>120,00</i>
<i>Papelería</i>	<i>80,00</i>
<i>Movilización</i>	<i>150,00</i>
<i>Impresiones y copias</i>	<i>150,00</i>
<i>Alimentación</i>	<i>200,00</i>
<i>Internet</i>	<i>80,00</i>
<i>Asesoramiento</i>	<i>250,00</i>
<i>Gastos teléfono y celular</i>	<i>85,00</i>
<i>Anillados y Empastados de la tesis</i>	<i>150,00</i>
<i>Materiales de oficina</i>	<i>80,00</i>
<i>Imprevistos 5%</i>	<i>50,00</i>
TOTAL	1395,00

MÉTODOS.

El presente trabajo de investigación se desarrolló mediante la aplicación de los siguientes métodos:

Método Científico: *El método científico fue una estrategia para descubrir las propiedades de la investigación. Por lo tanto permitió recopilar datos y confirmarlos mediante conclusiones veraces.*

Método Inductivo: *Es el proceso que va de lo particular a lo general. El método inductivo dio una pauta para determinar las conclusiones generales del proyecto, en base a datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicó en el proyecto.*

Método Deductivo: *Es un proceso que parte de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares. En base a éste estudio se determinó el tamaño de la muestra, con datos generales y reales de la población a nivel local.*

Analítico-Sintético: *Este método se realizó mediante un proceso donde relaciona hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica estos elementos. Se utilizó para analizar la información y poder establecer la realidad actual del fenómeno de investigación, y posteriormente sintetizarla y usarla para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto.*

Matemático

El método en las matemáticas es el genético que indica el origen del objeto, el número entero es originado por la adición indefinida de la unidad a sí misma.

En cualquiera investigación que asiente números de relaciones constantes, variedad de hipótesis, diversidad de comprobaciones y estas se tomen en cuenta para afirmar o negar algo, se está aplicando el método cuantitativo.

Las investigaciones en las cuales se advierten matices diferenciales, cambios graduales, referencias de tiempo análisis de unos factores por otros, se está aplicando el método comparativo.

Estadístico

La estadística agrupa metódicamente los hechos sociales y susceptibles de descubrirse y de las ciencias sociales y principalmente de la economía política, las indicaciones precisas que le permiten conocer el origen de los hechos estudiados.

El método de la estadística se refiere a cuatro grandes apartados: el empleo de los números; la agrupación; la comparación de los hechos y el empleo de los datos recogidos para formular leyes.

Al estudiar las operaciones estadísticas se llega al conocimiento de que el método principal estadístico consiste en el empleo de los números para representar los hechos investigados.

La investigación de las causas de los fenómenos estadísticos es difícil porque no se puede recurrir a la experiencia y no se dispone más que de la observación, multiplicada por sí misma.

Técnicas:

Encuestas.- Fueron dirigidas a la población de la ciudad de Quito, convirtiéndose en nuestros potenciales consumidores, lo cual ayudó a determinar las diferentes demandas existentes.

Población y Muestra: Para determinar el tamaño de la muestra de la demanda, fue necesario recurrir a la información proporcionada por el Censo realizado por el INEC en el año 2010, donde se indica que la población total ocupada por categorías es de 249.328.

Categoría de ocupación	Casos
GAD Provincial y GAD Municipal	45600
Empleado/a u obrero/a privado	86984
Jornalero/a o peón	20495
Patrono/a	10234
Socio/a	4107
Cuenta propia	61327
Trabajador/a no remunerado	4296
Empleado/a doméstico/a	8512
Se ignora	7773
Total	249328

De las cuales se considera las siguientes categorías:

• Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio y Provincial	45600
• Empleado/a u obrero/a privado	86984
• Jornalero/a o peón	24495
	157.079

Estas personas por su ocupación necesitan ropa de trabajo, por lo que se hace imprescindible la adquisición de overoles, constituyéndose en la población de estudio, la misma que será de 157.079 trabajadores públicos y privados.

Tamaño de la muestra

El área de influencia comprende; al Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales, Empleado/a u obrero/a privado, Jornalero/a o peón.

Para el presente trabajo de investigación se aplicará el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente fórmula:

FORMULA:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Población

e= Error de estimación

5% (0,05) \Rightarrow Error permitido para aceptar estadísticamente los resultados obtenidos.

$$n = \frac{(157.079)}{1 + (0.05)^2 (157.079)}$$

$$n = \frac{(157.079)}{393,70}$$

$$n = 399$$

Se aplicaran 399 encuestas; para determinar la demanda de este tipo de producto (overoles de trabajo).

f. RESULTADOS.

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES DE LA CIUDAD DE QUITO.

1. ¿Indique el tipo de empleado que es usted?

Cuadro Nro. 1
TIPO DE EMPLEADO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado del Estado, Gobierno, Municipio o Provincial.	102	26%
Empleado privado.	212	53%
Jornalero o peón.	85	21%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta a clientes.
Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 26% de los encuestados manifestaron que son empleados del estado, gobierno, municipio o provincial, el 53% de ellos manifestaron ser empleados públicos y el 21% de ellos manifestaron ser jornaleros o peones, esto demuestra que la mayoría de los encuestados son empleados públicos que residen en la ciudad de Quito.

2. ¿En su trabajo utiliza overoles de trabajo?

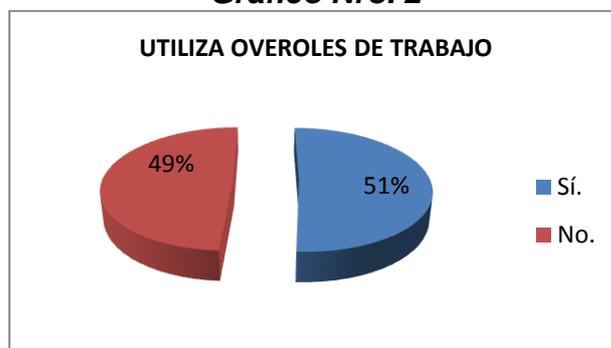
Cuadro Nro. 2
UTILIZA OVEROLES DE TRABAJO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	203	51%
No.	196	49%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, el 51% de los encuestados manifestaron que si utilizan overoles en su trabajo, mientras que el 49% de ellos manifestaron que no utilizan los overoles en su trabajo, esto demuestra que hay gran mayoría de encuestados que si utilizan los overoles en sus trabajos porque dicen ser un especie de uniforme que les protege cuando están ejerciendo algún tipo de trabajo a ellos encomendados.

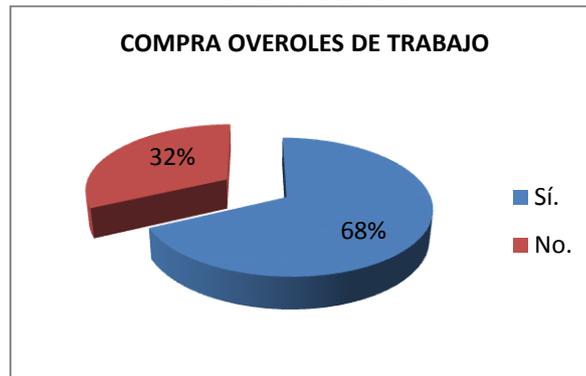
3. ¿Compra usted overoles de trabajo?

Cuadro Nro. 3
COMPRA OVEROLES DE TRABAJO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	138	68%
No.	65	32%
TOTAL	203	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 3**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

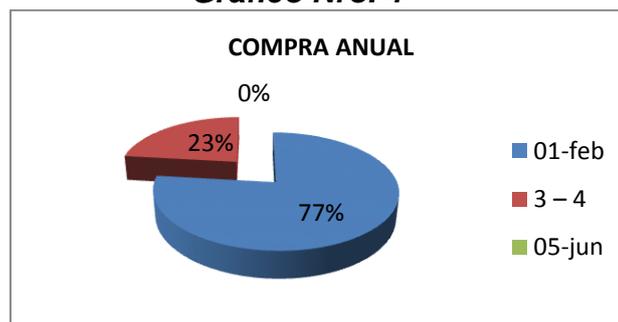
De acuerdo a la pregunta anterior, nos podemos dar cuenta que el 68% de los encuestados manifestaron que si compran overoles para su trabajo, mientras que el 32% de los encuestados manifestaron que no compran overoles de trabajo, esto demuestra que la mayoría de los encuestados al comprar overoles de trabajo quiere decir que si necesitan este tipo de prendas de vestir que para ellos es muy beneficiosa al momento de realizar algún trabajo a ellos encomendados

4. ¿Cuántos overoles usted adquiere de forma anual?**Cuadro Nro. 4
COMPRA ANUAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2	101	77%
3 - 4	37	23%
5 - 6	0	0%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 4**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Respondiendo a la pregunta anterior, el 77% de los encuestados manifestaron adquirir de 1 a 2 overoles de trabajo en forma anual, el 23% de ellos manifestaron adquirir de 3 a 4 overoles de trabajo en el año y ninguno de los encuestados adquiere overoles de trabajo en la cantidad de 5 a 6 por que no necesitan tantos overoles comprados en el año, esto demuestra que la mayoría de los encuestados compran overoles de entre 1 a 2 en el año.

5. **¿Qué opina de la calidad de los overoles de trabajo que Usted adquiere?**

**Cuadro Nro. 5
CALIDAD DE OVEROLES**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelentes.	18	14%
Buenos.	57	43%
Regulares.	38	28%
Malos.	25	15%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 5

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, el 14% de los encuestados manifestaron que la calidad de los overoles que adquieren lo consideran excelentes, el 43% de los encuestados contestaron a esta pregunta que los overoles lo consideran buenos, el 28% de los encuestados manifestaron que lo consideran regulares y el 15% de los encuestados dijeron que la calidad de los overoles es mala, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados respondieron a esta pregunta que la calidad de los overoles de trabajo que adquieren es de buena calidad.

6. Los overoles de trabajo que Usted adquiere satisface completamente sus necesidades de:

Cuadro Nro. 6
SATISFACCION

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio.	58	38%
Calidad.	36	28%
Color.	2	1%
Talla.	42	33%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.
Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, los encuestados en el 38% de la pregunta

respondieron que satisfacen la necesidad del precio al momento de adquirir un overol de trabajo, el 28% satisfacen la necesidad de la calidad de overol que ellos adquieren, el 1% requieren del color de overol que adquieren y el 33% de ellos manifestaron que satisface la necesidad de la talla en la que están hechos los overoles de trabajo, es decir que satisfacen más las necesidades del precio de entro todos los encuestados.

7. ¿Si se creara una empresa de confección de overoles de trabajo en la ciudad de Quito, usted adquiriría el producto?

**Cuadro Nro. 7
NUEVA EMPRESA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>Sí.</i>	138	100%
<i>No.</i>	0	0%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a la pregunta anterior y respondido el 100% de todos los encuestados en la que se les pregunto que si apoyarían esta iniciativa de crear una empresa dedicada a la producción de overoles de trabajo en la ciudad de quito, todos manifestaron que al impulsar una empresa de esta naturaleza si

apoyarían esta iniciativa por parte de los inversionistas puesto que esto traería mas fuentes de trabajo y se daría al mercado un nuevo producto de mejor calidad en la ciudad de Quito.

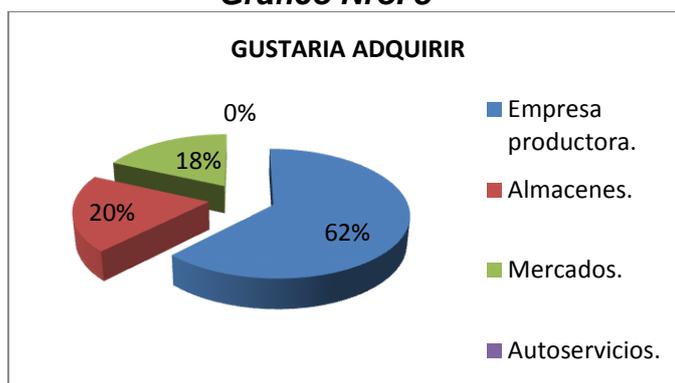
8. ¿Dónde le gustaría adquirir los overoles de trabajo para su uso?

Cuadro Nro. 8
GUSTARÍA ADQUIRIR

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empresa productora.	86	62%
Almacenes.	27	20%
Mercados.	25	18%
Autoservicios.	0	0%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.
Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a la pregunta anterior, el 62% de los encuestados manifestaron que adquirirían este producto directamente de la empresa productora, el 20% lo harían directamente en los almacenes en donde se venderían el producto, el 18% de ellos respondieron que lo adquirirían en los mercados los cuales exhibirían el producto y ninguno respondió que lo adquirirían en los autoservicios.

9. *¿Qué es lo que más le llamaría la atención en la etiqueta de este tipo de producto?*

Cuadro Nro. 9
LLAMA LA ATENCION

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>Tipo de etiqueta.</i>	25	18%
<i>Información del producto.</i>	18	13%
<i>Logotipo e imagen.</i>	68	49%
<i>Color</i>	27	20%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 18% de los encuestados manifestaron que lo que más le llamaría la atención en el producto es el tipo de etiqueta que se le dé, el 13% de ellos manifestaron que lo que más le llamaría la atención es que este la información del producto en la etiqueta que se le va a poner en el producto, el 49% de ellos manifestaron que sería el logotipo del producto por cuanto es una forma que consideran que más les llamaría la atención y el 20% de ellos manifestaron que sería el color, el porcentaje más elevado es los que dijeron que sería el logotipo del producto.

10. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?

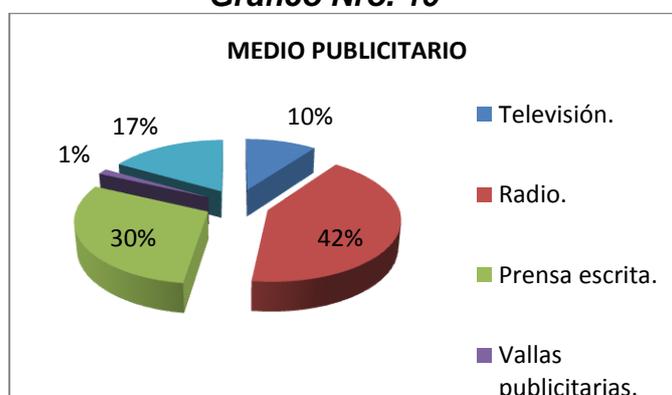
Cuadro Nro. 10
MEDIO PUBLICITARIO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión.	14	10%
Radio.	58	42%
Prensa escrita.	41	30%
Vallas publicitarias.	2	1%
Internet.	23	17%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a la pregunta anterior, el 105 de los encuestados prefieren que la empresa se haga conocer por medio de la televisión, el 42% de los encuestados manifestaron que el medio de comunicación más idóneo sería la radio, el 30% de ellos dijeron que sería bueno que se hagan conocer por medio de la prensa escrita, el 30% consideran que sería mejor las vallas publicitarias y el 17% de ellos consideran que es mejor la publicidad por medio del internet, el porcentaje más alto que tiene esta pregunta es la de la radio como medio de comunicación.

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

Cuadro Nro. 11
PROMOCIONES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	124	90%
No.	14	10%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, el 90% de los encuestados manifestaron que si les gustaría que la nueva empresa ofrezca promociones, mientras que el 10% de ellos manifestaron que no es necesario que la empresa ofrezca promociones, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados están de acuerdo que la empresa ofrezca promociones a los clientes de la misma.

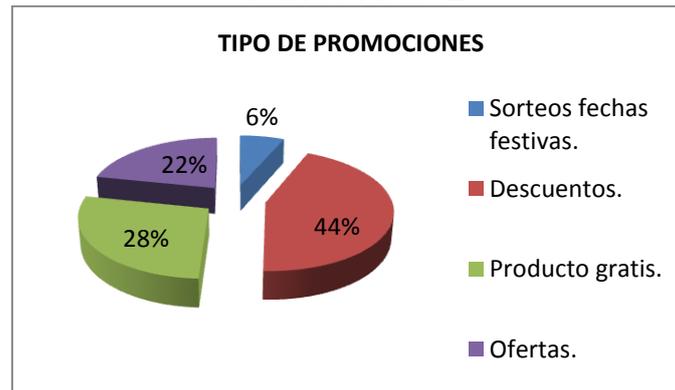
12. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Cuadro Nro. 12
TIPO DE PROMOCIONES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sorteos fechas festivas.	9	6%
Descuentos.	61	44%
Producto gratis.	38	28%
Ofertas.	30	22%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 12

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, el 6% de los encuestados manifestaron que la promoción que les gustaría sería la de los sorteos en fechas especiales a sus clientes, el 44% de ellos prefieren los descuento en compras por parte de la empresa, el 28% de ellos manifestaron que una buena promoción para la empresa sería que den productos gratis por la compra de sus productos y el 22% de ellos que den ofertas en las compras de los overoles de trabajo que ellos adquieren.

ENCUESTAS A OFERENTES.

1. ¿Comercializa usted overoles de trabajo?

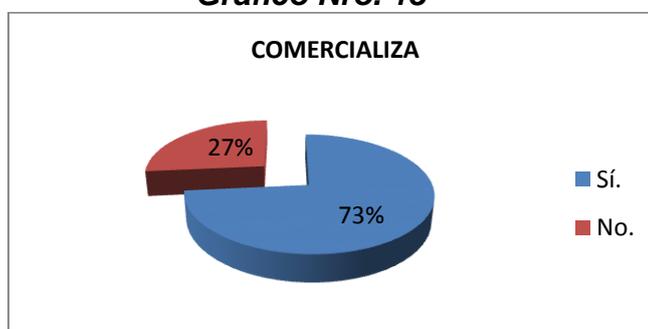
**Cuadro Nro. 13
COMERCIALIZA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	61	73%
No.	22	27%
TOTAL	83	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, el 73% de los oferentes encuestados manifestaron que si venden overoles de trabajo de los que tienen almacenes en general en la ciudad de Quito, mientras que el 27% de ellos manifestaron que no lo hacen.

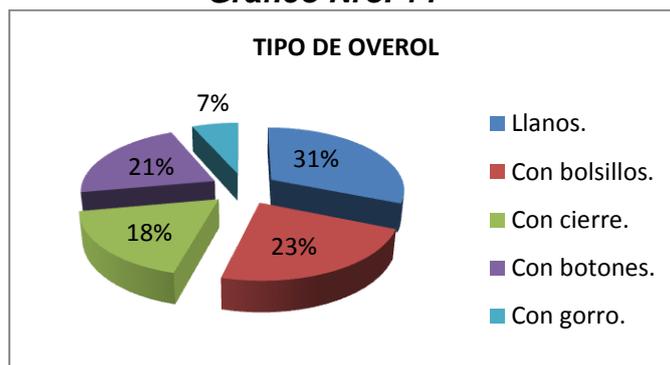
2. ¿Qué tipos de overoles de trabajo comercializa usted?

**Cuadro Nro. 14
TIPO DE OVEROL**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Llanos.	19	31%
Con bolsillos.	14	23%
Con cierre.	11	18%
Con botones.	13	21%
Con gorro.	4	7%
TOTAL	61	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora

Gráfico Nro. 14

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a la pregunta anterior, el 31% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que comercializan overoles llanos, el 23% de ellos comercializan overoles con bolsillos, el 18% de ellos comercializan overoles con cierre, el 21% de ellos comercializan overoles con botones y el 7% de ellos comercializan overoles con gorro, esto significa que en el mercado de la ciudad de Quito, los oferentes comercializan gran cantidad de overoles con diferentes tipos de diseños.

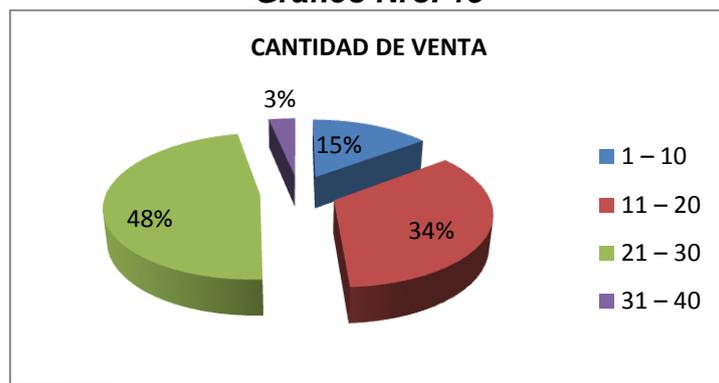
3. ¿Qué cantidad de overoles de trabajo vende mensualmente? (en unidades)

**Cuadro Nro. 15
CANTIDAD DE VENTA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 10	9	15%
11 – 20	21	34%
21 – 30	29	48%
31 – 40	2	3%
TOTAL	61	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 15

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, el 15% de los oferentes encuestados manifestaron que venden de 1 a 10 overoles en el mes, el 34% de ellos venden de 11 a 20 overoles en el mes, el 48% de ellos venden overoles de entre 21 a 30 overoles en el mes y el 3% de ellos venden de entre 31 a 40 overoles de trabajo en el mes, esto quiere decir que el porcentaje más alto de venta de overoles en el mes fluctúa de entre 21 a 30 overoles mensuales que venden los oferentes en el mercado quiteño.

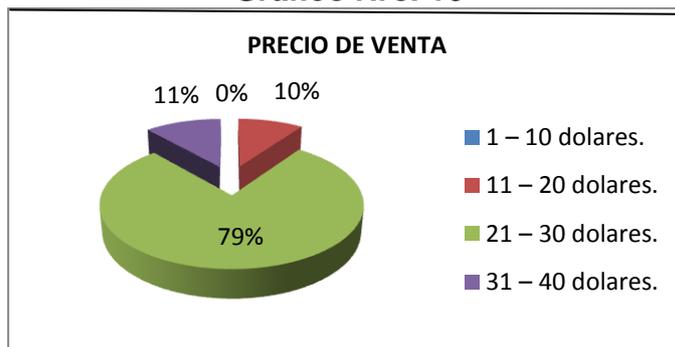
4. ¿A qué precio vende cada overol de trabajo?

**Cuadro Nro. 16
PRECIO DE VENTA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 10 dólares.	0	0%
11 – 20 dólares.	6	10%
21 – 30 dólares.	48	79%
31 – 40 dólares.	7	11%
TOTAL	61	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 16**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Respondido a la pregunta anterior, el 10% de ellos manifestaron que el precio está de entre 11 a 20 dólares por unidad de overol de venta, el 79% de ellos manifestaron que el overol se comercializa de entre 21 a 30 dólares y el 11% lo venden de entre 31 a 40 dólares cada overol de trabajo, el porcentaje más alto de venta de overol de trabajo fluctúa de entre 21 a 30 dólares por cada unidad de overol de trabajo.

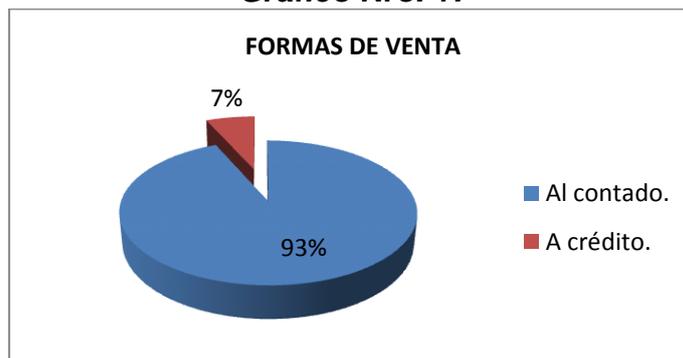
5. La forma que utiliza para realizar la venta de los overoles de trabajo es:

**Cuadro Nro. 17
FORMAS DE VENTA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al contado.	57	93%
A crédito.	4	7%
TOTAL	61	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 17

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondido a la pregunta anterior, el 93% de los oferentes encuestados manifestaron que la venta de los overoles de trabajo las realiza al contado, mientras que el 7% de ellos que es un porcentaje muy bajo los comercializa al crédito, esto quiere decir que la mayoría de los oferentes la venta de los overoles de trabajo prefieren que sea de contado.

6. La venta de overoles de trabajo es:

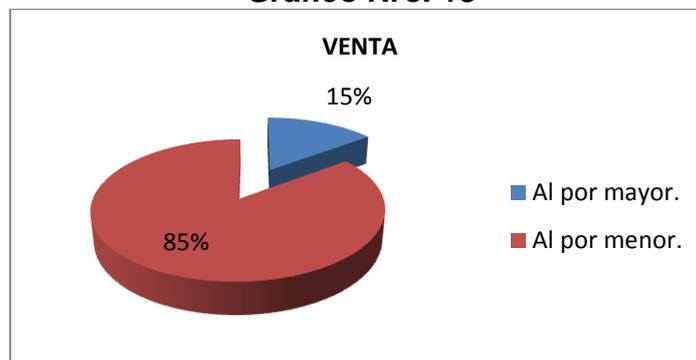
Cuadro Nro. 18
VENTA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>Al por mayor.</i>	9	15%
<i>Al por menor.</i>	52	85%
TOTAL	61	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior, el 15% de los oferentes encuestados manifestaron que la venta de los overoles de trabajo que ellos ofrecen es al por mayor o que tienen esa forma de venta por tener gran cantidad de overoles de trabajo en stock, mientras que el 85% de los oferentes encuestados

manifestaron que la venta la realiza al por menor, o sea prensa individuales y la cantidad que desee el cliente pero en pocas cantidades.

7. ¿Qué medio publicitario usted prefiere para realizar la publicidad de su empresa?

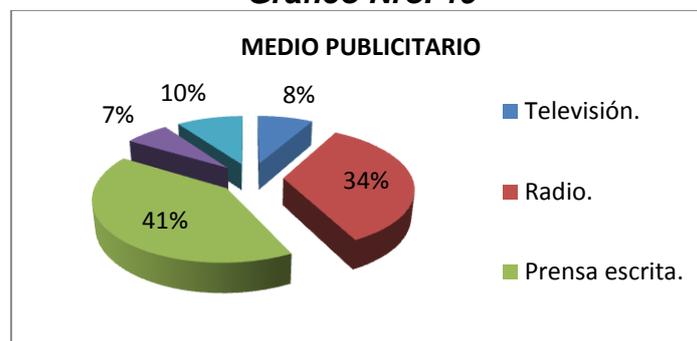
**Cuadro Nro. 19
MEDIO PUBLICITARIO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>Televisión.</i>	5	8%
<i>Radio.</i>	21	34%
<i>Prensa escrita.</i>	25	41%
<i>Vallas publicitarias.</i>	4	7%
<i>Internet.</i>	6	10%
TOTAL	61	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondiendo a la pregunta anterior el 8% prefiere a la televisión, el 34% prefiere a la radio, el 41% de ellos prefieren a la prensa escrita, el 7% de ellos prefieren las vallas publicitarias y el 10% de ellos prefieren el internet, el porcentaje más alto de preferencia por parte de los oferentes de la radio.

8. ¿Qué tipo de promociones ofrece la empresa a sus clientes?

Cuadro Nro. 20
TIPO DE PROMOCIONES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sorteos fechas festivas.	0	6%
Descuentos.	25	44%
Producto gratis.	12	28%
Ofertas.	24	22%
TOTAL	61	100%

Fuente: Encuesta a clientes.

Elaboración: La Autora.

Gráfico Nro. 20



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Respondido a la pregunta anterior, el 6% ofrecen sorteos en fechas especiales, el 44% de ellos ofrecen descuentos en compras, el 28% de ellos prefieren ofrecer en la venta de grandes cantidades de producto, los productos gratis, y el 22% de ellos prefieren ofrecer ofertas en la compra de los overoles de trabajo.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO.

Una vez estudiado el mercado de la ciudad de Quito, referente a la demanda que existe en el mercado de los overoles de trabajo, se ha podido obtener la suficiente información en cuanto al servicio, precio, plaza y promociones que los demandantes prefieren y les gusta, y mediante esta información se obtendrá la demanda potencial, demanda real y la demanda efectiva; además se conocerá la cantidad de producto ofertado. Al obtener los resultados de la demanda y por al existir la oferta, se podrá analizar qué cantidad existe de demanda insatisfecha en el mercado.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Entendida la demanda como el número de unidades de un determinado bien que los usuarios están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado. Según condiciones como precio, calidad, ingresos, gustos y preferencias.

DEMANDA POTENCIAL.

Para poder determinar la demanda potencial, se estableció la demanda utilizando el total de personas que trabajan como Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio y Provincial, Empleado/a u obrero/a privado o Jornalero/a o peón. Estas personas por su ocupación necesitan ropa de trabajo, por lo que se hace imprescindible la adquisición de overoles, constituyéndose en la población de estudio, la misma que será de 157.079 trabajadores públicos y privados.

La demanda Potencial en la presente investigación responde a la pregunta número 2 en la que dice si en su trabajo utiliza overoles de trabajo,

respondiendo a esta que el 51% de los demandantes encuestados respondieron que si utilizan overoles de trabajo, los mismas que se las proyecta para los diez años de vida útil del proyecto, tomando en consideración que la tasa de crecimiento del sector empresarial conforme el INEC es de 1.2% anual, así tenemos:

**CUADRO Nº 21
DEMANDA POTENCIAL**

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	51 % DEMANDA POTENCIAL
0	157.079	80.110
1	158.963	81.071
2	160.870	82.043
3	162.800	83.028
4	164.753	84.024
5	166.790	85.062
6	168.790	86.082
7	170.815	87.115
8	172.864	88.160
9	174.938	89.218
10	177.037	90.288

Fuente: Cuadro Nro. 2.

Elaboración: Jacqueline Castro.

DEMANDA REAL.

Para poder determinar la demanda Real, se utilizó la pregunta número 3 en la que dice si compra usted overoles de trabajo, tomando el 68% de demandantes conforme lo demuestra la pregunta, lo cual se determina los clientes reales que compran overoles de trabajo en la ciudad de Quito.

**CUADRO N° 22
DEMANDA REAL**

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	68 % DEMANDA REAL
0	80.110	54.474
1	81.071	55.128
2	82.043	55.789
3	83.028	56.459
4	84.024	57.136
5	85.062	57.842
6	86.082	58.535
7	87.115	59.238
8	88.160	59.948
9	89.218	60.668
10	90.288	61.395

Fuente: Cuadro Nro. 3.

Elaboración: Jacqueline Castro.

Uso percapita.

Luego transformamos la demanda real en adquisición de overoles de trabajo, multiplicando los clientes de la demanda real, por el promedio de uso percapita, que conforme a la pregunta 4 da un promedio anual de 54.474 .

**CUADRO N° 23
USO PERCÁPITA ANUAL**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	xm	f.xm
1 - 2	101	77%	1.5	151.5
3 - 4	37	23%	3.5	129.5
5 - 6	0	0%	5.5	0
TOTAL	138	1		281

Fuente: Cuadro Nro. 4.

Elaboración: Jacqueline Castro.

El uso percapita total se divide para el total de clientes encuestados, lo que nos da un total de $281/138 = 2$ overoles promedio anual percapita.

CUADRO Nº 24
DEMANDA REAL EN UNIDADES
ANUALES

AÑOS	DEMANDA REAL	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA REAL EN UNIDADES ANUALES
0	54.474	2	108.948
1	55.128	2	110.256
2	55.789	2	111.578
3	56.459	2	112.918
4	57.136	2	114.272
5	57.842	2	115.684
6	58.535	2	117.070
7	59.238	2	118.476
8	59.948	2	119.896
9	60.668	2	121.336
10	61.395	2	122.790

Fuente: Cuadro Nro. 22 y 23.

Elaboración: Jacqueline Castro.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA.

Para determinar la demanda efectiva se utilizó el procedimiento siguiente: la demanda real de unidades anuales de overoles de trabajo se los multiplica para el 100% de informantes que indican que si adquirirían el producto si se creara la empresa dedicada a la producción de overoles de trabajo como se lo determina en el pregunta 7, entonces la demanda real es de 108.948 overoles de trabajo al año por el 100% de clientes que están dispuestos a apoyar a la nueva empresa; es así que tenemos una demanda efectiva en overoles de trabajo de 108.948 overoles de trabajo anuales.

CUADRO N° 25
DEMANDA EFECTIVA ANUAL EN UNIDADES DE PRODUCTO

DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES DE PRODUCTO ANUAL			
AÑOS	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 100 %	DEMANDA EFECTIVA ANUAL
0	108.948	100%	108.948
1	110.256	100%	110.256
2	111.578	100%	111.578
3	112.918	100%	112.918
4	114.272	100%	114.272
5	115.684	100%	115.684
6	117.070	100%	117.070
7	118.476	100%	118.476
8	119.896	100%	119.896
9	121.336	100%	121.336
10	122.790	100	122.790
<i>Fuente: Cuadro 24.</i>			
<i>Elaboración: Jacqueline Castro.</i>			

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

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

Para determinar la oferta de overoles de trabajo se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los almacenes comercializadores de overoles de trabajo en la ciudad de Quito.

CUADRO N° 26
VENTA MENSUAL DE OVEROLES DE TRABAJO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	xm	f.xm
1 – 10	9	15%	5.5	49.5
11 – 20	21	34%	15.5	325.5
21 – 30	29	48%	25.5	739.5
31 – 40	2	3%	35.5	71
TOTAL	61	100%		1.185.5

Fuente: Cuadro Nro. 15.

Elaboración: Jacqueline Castro.

Conforme al promedio mensual de venta de overoles de trabajo en la ciudad de Quito, que se indica en el cuadro 26 podemos darnos cuenta que existe la venta de $1.185/61 = 19$ overoles de trabajo al mes, que multiplicado por los 12 meses del año, tenemos una venta anual de 228 overoles de trabajo, esto lo multiplicamos para las 61 almacenes de venta de este producto, dándonos un total de 13.908 overoles de trabajo por año.

Para proyectar la oferta se ha tomado el dato del Servicio de Rentas Internas, en el cual estos establecimientos crecen en un porcentaje del 1,2% anual.

CUADRO Nº 27
PROYECCIÓN DE LA OFERTA TOTAL

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	13.908
1	14.074
2	14.242
3	14.412
4	14.584
5	14.759
6	14.936
7	15.115
8	15.296
9	15.479
10	15.664

Fuente: S.R.I. Tasa de crecimiento 1,2%,
Elaboración: Jacqueline Castro.

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

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

Se denomina *demanda insatisfecha* al análisis entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado adquiera en los años futuros.

CUADRO N° 28
DEMANDA INSATISFECHA.

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	108.948	13.908	95.040
1	110.256	14.074	96.182
2	111.578	14.242	97.336
3	112.918	14.412	98.506
4	114.272	14.584	99.688
5	115.684	14.759	100.925
6	117.070	14.936	102.134
7	118.476	15.115	103.361
8	119.896	15.296	104.600
9	121.336	15.479	105.857
10	122.790	15.664	107.126

Fuente: Cuadros 25 y 27

Elaboración: Jacqueline Castro.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Una vez que se ha conocido el mercado potencial y la demanda insatisfecha, es importante también definir algunas características especiales para atraer a los futuros clientes a través de una correcta comercialización del producto ofrecido, para ello se debe trabajar el proceso de marketing mediante las 4 Ps, como se define a continuación:

MARKETING MIX.

Producto.

Los overoles de trabajo tendrán las siguientes características:

Calidad.

Debido a que el uso de este producto se da con el ejercicio de cualquier actividad de trabajo en las empresas tanto públicas como privadas, el mismo se elaborará con tela especial para este tipo de producto y para darles mayor durabilidad y presentación. Las impresiones se realizarán por medio de serigrafía y bordados de preferencia con hilo poliéster.

El proceso de producción es homogéneo, ya que básicamente se realizan las mismas actividades para cualquier tipo de overol, únicamente varia el acabado en la presentación de cada una de ellos.

Diseño.

El diseño será el mismo, lo que variara son los colores y los estampados o bordados, así:

COLORES**Etiqueta.**

La etiqueta le dará un valor a la marca de la empresa, se pegara en la parte interior del overol y tendrá el siguiente diseño:



Precio.

Se tomara en cuenta el precio de \$30 dólares por unidad, mismo que se ajustará a los costos y margen de utilidad que se analizarán en el estudio Financiero y Económico.

Plaza.

Para hacer llegar el producto de la mejor forma a sus clientes, y tomando en cuenta sus preferencias destacadas, utilizaremos el siguiente canal de Distribución:



Almacenes

Publicidad y Promoción.

Para dar a conocer mejor nuestro producto igualmente se tomará en cuenta el medio de comunicación preferido por la población, que según la tabulación de

los resultados es la radio y otros como la prensa escrita, para ello se emitirá 2 cuñas radiales diarias por 3 meses para el lanzamiento del producto y se elaborarán publicidad por medio de la prensa escrita de la ciudad de Quito, con lo que lograremos ingresar con fuerza nuestro producto en el mercado.

Cuña Radial y Prensa Escrita.

Si vas a trabajar y quiere cuidado tu ropa, utiliza los overoles de trabajo, elaborados con la más alta calidad.

Encuéntralas en los principales almacenes de la ciudad de Quito

Si vas a trabajar y quiere cuidado tu ropa, utiliza los overoles de trabajo, elaborados con la más alta calidad.



ESTUDIO TECNICO.

El estudio técnico que a continuación se expone, determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

TAMAÑO DE LA EMPRESA.

Considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

Es importante además tener en cuenta los productos de reserva o de prever los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, esto tomando en cuenta la relatividad de la demanda, esto hace ver que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de producción que se plantea ofrecer, ahora que hay que tomar en cuenta que la capacidad depende de la naturaleza del presente proyecto.

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas diarias (8:00am a 13:00pm y 15:00pm a 19:00pm), por 288 días-año laborables, sin contar los fines de semana y días festivos que otorga el gobierno nacional en los actuales momentos.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada es el nivel de producción máxima al que podría llegar la empresa utilizando el 100% de la capacidad de cada uno de los factores que comprenden el proceso productivo, considerando además el tiempo laboral utilizado en las jornadas de trabajo.

Es así como utilizando todos los recursos humanos, el equipo, la maquinaria, las herramientas y trabajando jornadas de 8 horas al 100% la empresa producirá 32 overoles de trabajo diarios, para lo cual contaremos con 2

obreras, 1 cortadora y 1 cocedora, que cumplirán con dicha jornada, esto determina que si trabajamos 288 días al año al máximo de la capacidad (descontando fines de semana y feriados), se podría producir hasta 9.216 overoles de trabajo anuales; que al comparar con la demanda insatisfecha (95.040 unidades al año) cubriremos el 9.68% de la misma para el primer año.

A continuación se detalla la capacidad:

CUADRO NRO. 29
CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA
1	95.040	9.68	9.216

Fuente: Cuadros 28

Elaboración: Jacqueline Castro.

CAPACIDAD UTILIZADA.

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, utiliza menos del 100% de su capacidad instalada, esto debido a ciertos factores como: apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal, entre otros. Pues en la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejora la eficiencia empresarial se irá incrementando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada. Es por eso que en el presente proyecto, para el primer año de vida útil se utilizará el 75% de esta capacidad, incrementándose un 5% anual. En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 10 años de vida útil del proyecto.

**CUADRO NRO. 30
CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	9.216	75	6.912
2	9.216	80	7.372
3	9.216	85	7.833
4	9.216	90	8.294
5	9.216	95	8.755
6	9.216	100	9.216
7	9.216	100	9.216
8	9.216	100	9.216
9	9.216	100	9.216
10	9.216	100	9.216

Fuente: Cuadros 29

Elaboración: Jacqueline Castro.

FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO.

Hay muchos factores que determinan el tamaño de una empresa y estos van de acuerdo al tipo de proyecto. Dentro de los factores preponderantes para ésta empresa de producción tenemos: el tamaño del mercado; las materias primas disponibles; la tecnología; la capacidad financiera; la disponibilidad de mano de obra; la suficiente disponibilidad de servicios básicos; la situación de transporte; los planes de desarrollo; y la localización del proyecto.

Estos factores tienen relación directa con la inversión y costo de producir, pues a menor costo de producción, menor inversión y mayor rentabilidad para la empresa.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

La finalidad de contemplar este punto en el proyecto es llegar a determinar el lugar exacto donde se va instalar la empresa, es decir, precisar cuál es la mejor

localización que permita ahorrar recursos y lógicamente aumentar la producción.

Entre los factores que se puede señalar dentro de la localización están: el mercado, la disponibilidad de la materia prima y los recursos, el fácil acceso de los consumidores a la planta, la facilidad del transporte, servicios básicos, etc.

Los factores preponderantes para la localización de una empresa se analizan desde la macro localización y la micro localización, variando su importancia de una industria a otra y en función de sus circunstancias y sus objetivos concretos.

Macro localización.

Aquí se llega a definir la zona general, las ciudades y región en donde se va a localizar la empresa de producción, en este caso es en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha.

Para realizar la selección del lugar óptimo, en donde se pueda producir con efectividad, se debe buscar el lugar en el cual la producción y comercialización de overoles de trabajo que sea de la mejor forma y a su vez determinar factores como: clima, disponibilidad de la materia prima, grado de asociación, comunicaciones etc.

MACRO LOCALIZACIÓN

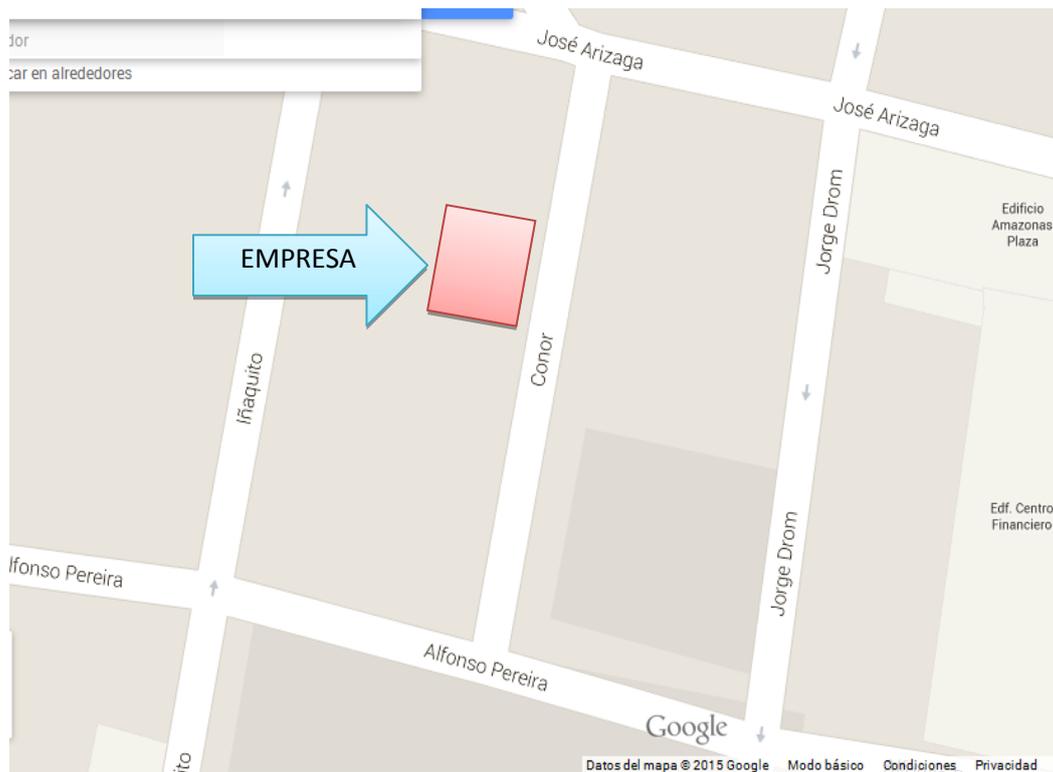


Micro localización.

Es la fase complementaria de la anterior por cuanto, luego de definir la macro localización, tenemos que especificar dentro de la ciudad de Quito el lugar exacto en donde va estar ubicada la empresa, siendo ésta, Calle Conor, entre Alfonso Pereira y José Arizaga, sector de Ñaquito.

La localización señalada cuenta con un gran número de factores condicionantes favorables como el fácil acceso a la planta, los servicios básicos de agua, luz y teléfono, suficiente espacio físico para la producción y una apropiada infraestructura para la distribución y comercialización del producto.

MICRO LOCALIZACIÓN



INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Es la parte del proyecto que por su naturaleza queda fuera del ámbito de acción de la economía, sin embargo es necesario que este disponga de ciertos elementos de juicio generales que le permitan organizar al equipo que tiene a su cargo la elaboración del proyecto, a fin de poder ordenar en forma sistemática todos los coeficientes e indicadores que originándose en el estudio de ingeniería puedan integrarse en forma coherente al cuerpo del proyecto.

La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: Instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física, para determinar el personal a utilizarse.

PROCESO PRODUCTIVO.

El proceso productivo servirá para conocer la secuencia que se llevará a cabo para la transformación de la materia prima en nuestro producto terminado que son los overoles de trabajo.

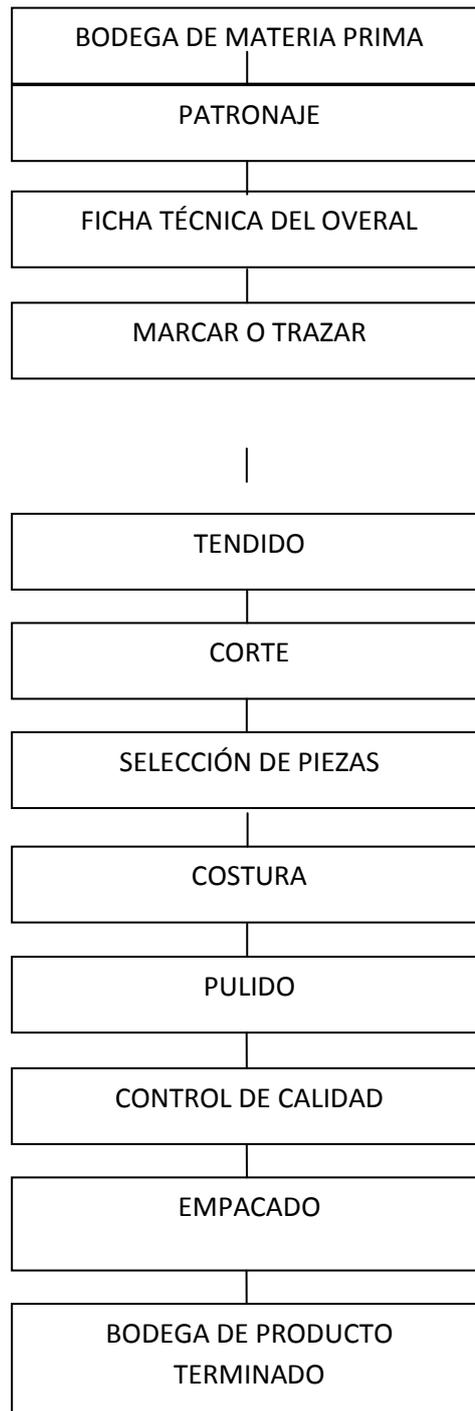
Se presenta el flujo del proceso productivo a nivel general, mismo que se refiere al producto seleccionado del giro y analizado con más detalle en esta guía.

Sin embargo, éste puede ser similar para otros productos si el proceso productivo es homogéneo, o para variantes del mismo. Al respecto, se debe evaluar para cada caso la pertinencia de cada una de las actividades previstas, la naturaleza de la maquinaria y equipo considerada, el tiempo y tipo de las operaciones a realizar y las formulaciones o composiciones diferentes que puede involucrar cada producto o variante que se pretenda realizar.

FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

A continuación se presenta una explicación del proceso productivo:

FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE OVEROL DE TRABAJO



Elaborado por: La Autora.

En el flujograma de producción se puede ver claramente los procesos productivos que se necesitan realizar para la confección de los overoles

partiendo así desde la bodega de materia prima hasta la bodega de producto terminado; además para entender de mejor manera se explica cada proceso a continuación:

Bodega de materia prima.- *Es muy importante tener una bodega de materia prima en la que se pueda mantener en buen estado y a buen recaudo toda la materia prima e insumos necesarios para la confección de overoles; cabe resaltar que las materias primas se las puede encontrar con mucha facilidad en el mercado nacional, puesto que existen empresas que se dedican a la producción de las mismas con muy buena calidad y al alcance de las pequeñas empresas. Esta bodega debe ser segura, tener un ambiente seco y fresco, tener una buena iluminación y lo más importante todo lo que esté almacenado en ésta debe estar correctamente identificado para evitar confusiones y facilitar las operaciones. Esta bodega tendrá las siguientes dimensiones: largo: 4 metros, ancho: 4 metros y alto 2 metros.*

Patronaje.- *Se debe definir primeramente lo que es un patrón como un punto de partida, solo necesita saber lo que es una línea horizontal, vertical, un ángulo de 90 grados, una cuarta, una media, distinguiendo el lado derecho y el lado izquierdo, superior e inferior de este que desencadena en el proceso; es decir hay que interpretar el diseño para transcribirlo al patrón. Se refiere a la selección del correspondiente patrón, dependiendo del diseño que se vaya a aplicar al overol. Para este caso se tendrán patrones para la confección de overoles del modelo piloto. Se debe considerar también la tela que va a ser confeccionada, ya que debe tener características que le permita competir con otro tipo de tejidos que estén en el mercado con la finalidad de superarlos o ganar un mayor porcentaje del mercado al que se va atacar; Estas*

características son: peso, volumen, tipo de acabo, tipo de modelo según el patrón elegido. La principal opción de tela que se han considerado para la elaboración de los overoles es la tela gabardina de algodón de la fábrica Sintofil.

Con respecto a la tela para los bolsillos se usará una denominada victoria suministrada por La Internacional. Para la elaboración de los moldes se necesita un lápiz y papel kraft preferiblemente del ancho de la tela.

Un asunto muy importante que cae dentro del patronaje es la moldería, es decir la elaboración de los moldes de las diferentes piezas que conforman el overol y también de las diferentes tallas.

Ficha técnica del overol.- Esta ficha técnica del producto nos va a permitir determinar o indicar a las operarias las características y especificaciones principales que va a tener el overol que se va a confeccionar. En esta ficha constan datos como por ejemplo: medidas, tallas, tamaño de cierres, cantidad de botones, número de ojales, hilos para las costuras, colores disponibles, tipo de tela, observaciones de lavado y de confección, etc. Para la elaboración de las fichas técnicas lo que se necesita es papel bond.

Marcas o trazar.- Consiste en coger cada uno de los patrones que componen la renda e ir colocando sobre un papel preferiblemente papel kraft o papel periódico del mismo ancho de la tela que se va usar, de tal forma que se reduzca al mínimo los espacios; aunque también se lo puede realizar directamente sobre el tejido pero se corre el riesgo de deteriorarlo, para evitar esto se usa el papel y se marca con lápiz. El área total utilizada se llama marcada. Para la marcada hay que considerar la tela más angosta que va a

quedar luego del tendido. La posición del trazo o marcado debe estar bien realizada de tal forma que: retenga su calidad visual hasta que se usen las marcas, pueda ser removido fácilmente, no decolore permanentemente los hilos o tejido y no resulte dañino para los operarios.

Tendido.- Primero se estira la tela más ancha, luego las más delgadas, evitando que las telas se cuelguen, formando a manera de colchón vertical, luego sobre éstas colocamos la marcada, para proceder al corte. El patrón que se utilice deberá ser aprovechado en el área total de tela dispuesta al corte. Es necesario colocar pesas en los extremos de la tela tendida con la finalidad de evitar que esta se arrugue y además evitar desperdicios.

Corte.- Se corta siguiendo el perfil de los patrones, esto se puede realizar entre otras con una maquina cortadora de cuchilla vertical de 8 a 10", la cual tiene un motor con cuchillo ascendente y descendente, se impulsa manualmente y corta por donde se la dirija. En la preparación del trabajo, se hace paquetes manejables, con cada una de las partes de la prenda, señalando la cantidad y las tallas de éstas. Además se puede definir al corte como la separación de la materia prima en contornos para ensamblaje y/o costura de armar y/o operaciones de planchado.

En todo proceso de confección, el corte es donde más desventajas se podrán tener si es que no se optimiza el rendimiento de la tela, por lo que es necesario colocar de la mejor manera los moldes.

Selección de piezas.- Esta operación consiste en realizar paquetes de piezas, puede ser seleccionada por tallas, por tonos de tela, etc.

Costura.- Se define como el armado y/o acabado de las piezas que han sido pre - cortadas con puntada para cortar, planchar, empacar o embarcar. En lo que se refiere a la medición de la costura, se puede decir que cualquier operario de costura debe satisfacer al consumidor en las siguientes tres áreas:

- *Estilo, dimensiones para la atracción emotiva.*
- *Utilidad, dimensiones por función.*
- *Durabilidad, aspectos de utilidad.*

Además es importante mencionar que en este proceso macro existen procesos u operaciones micro que son vitales para la elaboración de los overoles.

Para el proceso de corte se necesitan las siguientes máquinas: 3 máquinas rectas, 1 máquinas overlock de 5 hilos, y una cerradora de codos.

Pulido.- Esta es la operación en la cual se realizan ojales, se colocan etiquetas, se cortan hilos sueltos, etc., es decir es una inspección previa de los overoles antes del control de calidad definitivo. Con lo que respecta a la calidad del proceso de corte se propone que al considerar esto debemos tomar en cuenta los siguientes parámetros para lograr una destacada calidad en las prendas obtenidas:

- *Bordes deshilachados, fusionados, amarilleados por el calor.*
- *Precisión contra patrones.*
- *Muecas (tamaño, localización, y secuencia de alineación sobre los patrones).*
- *Perforación del taladro.*
- *Hilos sueltos, rajaduras.*

Control de calidad.- Se implementa este proceso con el objetivo de asegurar la calidad de confección de los overoles que salen hacia los consumidores.

Empacado.- Este proceso se fundamenta en la necesidad de tener una presentación atractiva del overol para los consumidores, como por ejemplo el uso de fundas con el logotipo de la empresa.

Bodega de producto terminado.- Es muy importante tener una bodega de producto terminado en la que se pueda mantener en buen estado y a buen recaudo todo el producto terminado. Esta bodega debe ser segura, tener un ambiente seco y fresco, tener una buena iluminación y lo más importante todo lo que esté almacenado en ésta debe estar correctamente identificado para evitar confusiones. Esta bodega tendrá las siguientes dimensiones: largo: 4 metros, ancho: 4 metros y alto 2 metros, es decir las mismas medidas aproximadas de la bodega de materia prima.

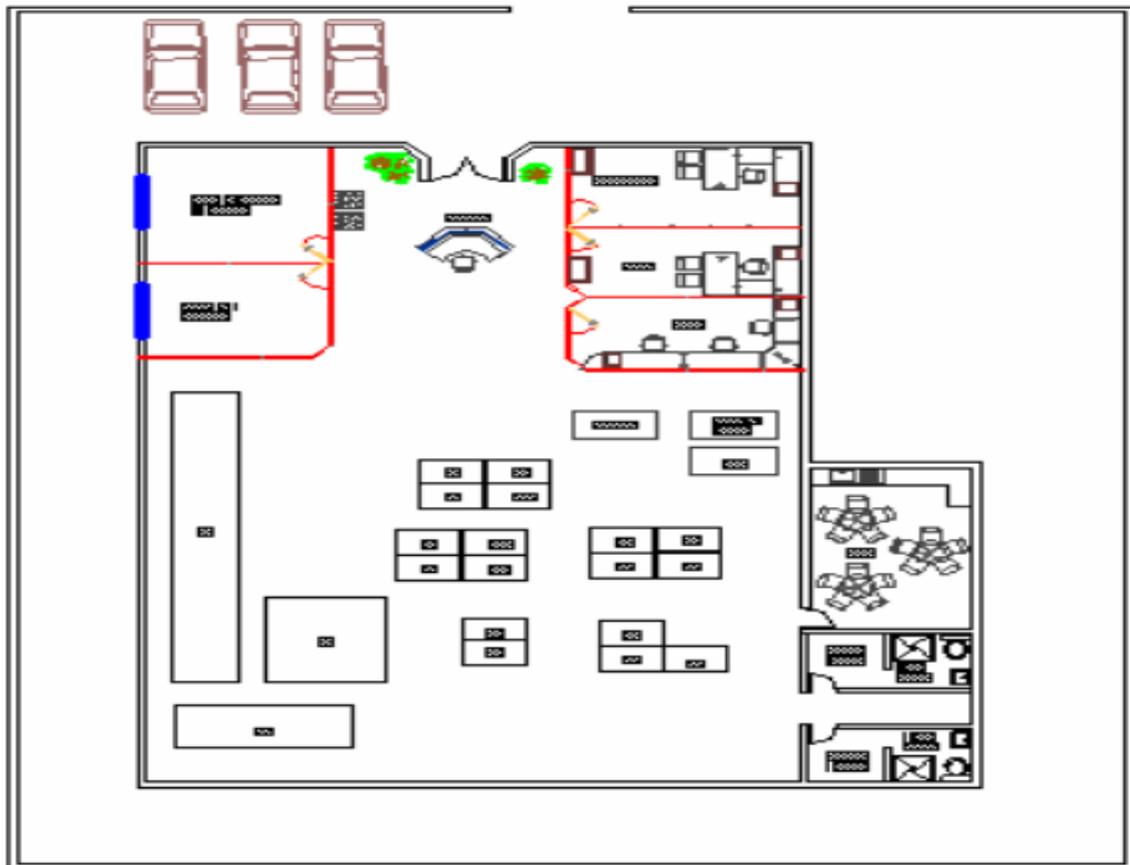
Adicionalmente se puede afirmar que como parte del proceso productivo se deben considerar los siguientes pasos: procedimiento de trabajo, tiempos, movimientos, ubicación de la maquinaria.

MOVIMIENTOS DE MATERIALES.

En todas las industrias es muy importante el movimiento de los materiales y, partiendo del hecho de que las materias primas están en constante movimiento, es fundamental que se localicen cerca de las zonas de trabajo en donde se ubican las maquinarias, así como de los almacenes, para evitar desperdicios, movimientos excesivos o que los productos terminados se dañen al momento de ser transportados. Por esta razón se recomienda utilizar, como

esquema para la distribución de instalaciones, el flujo de operaciones orientado a expresar gráficamente todo el proceso de producción, desde la recepción de las materias primas hasta la distribución de los productos terminados, pasando obviamente por el proceso de fabricación.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA



RECURSOS.

Para el desarrollo del proceso productivo será necesaria la utilización de los siguientes recursos:

MAQUINARIA.**MAQUINARIA**

MAQUINAS	CANTIDAD
MAQUINA TROQUELADORA DE PEDAL	1
MESA DE CORTE	1
MAQUINA CORTADORA RECTA	1
MÁQUINAS OVERLOCK	2
MÁQUINAS FLATLOCK	2

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

MAQUINA TROQUELADORA DE PEDAL.

El troquel es una herramienta o molde que sirve para cortar y marcar planchas de material. Este material, una vez doblado y montado adecuadamente, ya bien de forma manual o automática, se obtiene como resultado una serie de cajas, formatos, expositores, etc.



Marca:

Elettrotecnica - Italia

Ares - Italia

Garudan - Rep Checa.

MESA DE CORTE

Es una mesa larga que sirve para expandir en ellas rollos de tela para su respectivo corte.



La Mesa de Corte es la elección perfecta, para

- *Estuches plegables.*
- *Cajas en ondulado.*
- *Rótulos.*
- *Expositores y PLV Confección de muestras.*

Ventajas

- *La gama más amplia de materiales.*
- *La mayor productividad, incluso con materiales muy exigentes.*
- *Cambio de herramientas sin perder tiempo.*
- *Registro rápido y preciso.*

MAQUINA CORTADORA RECTA

Sirve para efectuar cortes de tela con precisión y rapidez.



MAQUINAS INDUSTRIALES PARA CORTAR TELA DE 8 PULGADAS

CARACTERISTICAS.

Modelo: CZD-3Amperaje: 6.6

Marca Hongsheng

Voltaje: 110 V.

Velocidad: 3000 R/ Min.

Poder: 550w.

INCLUYE.

1 Cuchilla de repuesto.

2 Bandas lijadoras.

Herramienta para mantenimiento.

Afilador automático.

Prensador de tela en el momento del corte.

Contamos con todos los repuestos en stock.

Esta cortadora es de uso industrial de alto rendimiento.

Garantía un año por defectos de fábrica, no por mal uso.

Maquina Industrial Cortadora De Tela De 8 Pulgadas Nueva

MÁQUINAS OVERLOCK

Estas máquinas son utilizadas para evitar que las costuras se deshilachen ya

que realizan puntadas sobre las costuras.



Máquina de coser industrial overlock con accesorios "juki" de 5 hilos, puntada de seguridad, lubricación automática de medio uso.

MÁQUINAS FLATLOCK

Esta máquina sirve para coser diferentes materiales, tales como: cinta vinculante, simple costura, etc.



Es una máquina inglesa. Su costura es muy fina. Alimentación parecida a la Overlock. Cuando ajustamos las puntadas por pulgada de la Overlock tenemos que ajustar la alimentación. Las puntadas por pulgada de esta máquina Van en un disco que está graduado y colocado en la parte frontal de la máquina. Esta máquina utiliza muchas llaves especiales, por lo tanto existen personas que se dedican especialmente al mantenimiento de esta máquina.

REQUERIMIENTOS.

MUEBLES Y ENSERES

- *Escritorio ejecutivo* 1
- *Escritorio tipo secretaria* 1
- *Silla giratoria* 2
- *Archivador* 1
- *Sillas* 10
- *Mesas* 2

EQUIPO DE CÓMPUTO

- *Computadora* 1
- *Impresora* 1

EQUIPO DE OFICINA

- *Sumadora* 1
- *Calculadora* 1
- *Teléfono* 1
- *Grapadora* 1
- *Perforadora* 1

SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

- *Mandiles* 6
- *Tijeras Industriales* 6
- *Escuadras* 6
- *Cinta métrica* 6

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

- *Escobas* 2
- *Recogedores de basura* 2
- *Cestos para basura* 4
- *Trapeadores* 2
- *Jabón Líquido* 1
- *Pinoklin* 1

REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA LA EMPRESA.

<i>Gerente General</i>	1
<i>Asesor Jurídico (eventual)</i>	1
<i>Secretaria - Contadora</i>	1
<i>Vendedores</i>	1
<i>Obreros</i>	2

ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

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

ORGANIZACIÓN LEGAL.

Uno de los aspectos más importantes dentro del estudio administrativo corresponde a los requisitos que debe reunir la empresa de acuerdo con la ley, por lo que la empresa Productora de Overoles de trabajo conjuntamente con su Comercialización en la ciudad de Quito, estarán conformados como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

La empresa será una organización jurídica, legalmente constituida, de carácter privado, con fines de lucro y ajena a todo proselitismo político y religioso, que tendrá como fin la producción y comercialización de overoles de trabajo con el objetivo de fomentar el comercio y desarrollo de la población de la ciudad de Quito.

La Razón Social o Denominación.- *Es el nombre bajo el cual la empresa tendrá su representación y operará en el mercado, de acuerdo como lo establece la Ley.*

Por lo tanto, la razón social de la empresa es: **EMPRESA DE PRODUCCION DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”**

Esta compañía limitada se constituirá mediante escritura pública de acuerdo a las disposiciones emitidas por la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el Registro Mercantil.

Domicilio.- Toda empresa para operar debe establecer claramente la dirección domiciliaria en donde debe ser ubicada tanto por los clientes como por los organismos de control por lo tanto la **EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”**. Estará ubicada en la ciudad de Quito, Calle Conor, entre Alfonso Pereira y José Arizaga, sector de Ñaquito.

Objeto de la sociedad.- Para construir una empresa se debe determinar el objetivo principal, esto puede ser producir y comercializar un bien u ofrecer un determinado servicio, estableciendo en forma clara el sector productivo al que pertenecerá. Por lo expuesto, el objeto de la empresa es de producir y comercializar overoles de trabajo dentro la ciudad de Quito.

Tiempo de duración de la Sociedad.- Una compañía debe establecer su tiempo de duración, tal como lo determina la Ley Compañías; por lo tanto, y con el propósito de medir los resultados esperados de la empresa se ha planificado que el tiempo de vida útil de la misma sea de cinco años, a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Niveles Jerárquicos.

El ordenamiento de todas y cada una de las áreas de la empresa es una de las funciones principales que le atañe a la administración en forma permanente, porque con ello es muy seguro lograr los resultados que se esperan, por ello la empresa cuenta con los siguientes niveles Jerárquicos.

De Autoridad.

Los niveles jerárquicos se determinan de acuerdo al tipo de empresa y en cumplimiento de la Ley de Compañías, la cual define la forma de administración y ejecución, a fin de cumplir con los objetivos y metas propuestas con mayor eficiencia, precisión y destreza. El servicio y la atención se ligan a las buenas.

Niveles de la empresa:

Nivel Legislativo o Directivo.- *Está representado por los dueños de la empresa, quienes constituyen el máximo nivel de la misma, puesto que son quienes determinan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará.*

Nivel Ejecutivo.- *Está representado por el Gerente, que es nombrado por el nivel Directivo; está encargado de gestionar, planificar, coordinar y poner en marcha todas las actividades de la compañía y será el responsable de la gestión operativa.*

Nivel Asesor.- *La conforma el Asesor Jurídico, quien no tiene autoridad de mando, pero cuya función es la de asesorar e informar en materia jurídica para*

que se tomen las mejores decisiones en beneficio de la empresa y sus recursos.

Nivel de Apoyo o Auxiliar.- Tiene que ver con secretaría, archivo, biblioteca, contabilidad, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Nivel Operativo.- Está conformado por los Jefes Departamentales y sus respectivas dependencias, encargados de la marcha de la empresa. Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas y es el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directo.

Acta de Constitución

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”

Señor Notario:

En el registro de escrituras públicas a su cargo insertar una que contenga la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada **EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”**, de acuerdo con las siguientes estipulaciones.

PRIMERA: Otorgantes, concurren al otorgamiento de la escritura de constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada a la señora: Jacqueline Castro, señor yyyy; y señor zzzz; de nacionalidad ecuatoriana,

mayores de edad, con domicilio en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha, sin prohibición para establecer esta compañía, y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA: Las comparecientes convienen en constituir la **EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”**”, que se registrá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA: ESTATUTO DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”

CAPÍTULO PRIMERO.- RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTICULO UNO.- La empresa llevará la razón social de: **EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”****ARTÍCULO DOS.-** El domicilio principal de la empresa es en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha; y, por resolución de la Junta General de Socios, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas y representaciones en cualquier lugar del país o del exterior, conforme a la Ley.

ARTÍCULO TRES.- La compañía tiene como objeto social principal el fomentar la elaboración de overoles de trabajo a través de ofrecer un producto a la ciudadanía.

ARTICULO CUATRO.- *El plazo de duración de la empresa es de cuarenta años contados a partir de la fecha de inscripción del contacto constitutivo en el registro mercantil; pero, la Junta General de Socios, podrá disolver en cualquier tiempo o prorrogar un plazo de duración en la forma prevista en este estatuto y en la ley de Compañías.*

CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL

ARTÍCULO CINCO.- *El capital social de la compañía es de la compañía es de veinte mil dólares americanos. El capital está íntegramente suscrito y pagado en forma y proporción que es específica en las declaraciones.*

ARTÍCULO SEIS.- *La compañía puede aumentar su capital social por resolución de la junta general de socios. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.*

ARTÍCULO SIETE.- *El aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de crédito por capitalización de utilidades, por capitalización de las reservas provenientes de la revalorización del patrimonio o por los demás medios provistos en la ley.*

ARTÍCULO OCHO.- *La compañía puede reducir el capital social por resolución de la junta general de socios, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.*

ARTÍCULO NUEVE.- *Las aportaciones a esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requerimiento para ello el consentimiento unánime de los socios, que la sesión o venta celebre por escritura pública, que se margine en*

la matriz de la escritura constitutiva y se inscriba en el Registro Mercantil y se observe las pertinentes disposiciones legales.

Las socias tienen derecho preferente para adquirir las aportaciones de los otros socios a con de los suyos, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

ARTÍCULO DIEZ.- *Las resoluciones de aumento y reducción de capital se tomarán con el sentimiento unánime de los socios y las modificaciones correspondientes a la escritura pública constitutiva se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la ley para una fundación de la compañía en nombre de la sociedad anónima.*

CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS: OBLIGACIONES Y DERECHOS

ARTÍCULO ONCE.- *Son obligaciones de los socios: a) tomar a su cargo funciones que le fueren encomendadas por la junta general de socios, por el gerente general y por el presidente administrativo, según sus atribuciones; b) cumplir con las encomiendas y deberes que asignaren la junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente general; c) cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la ley de compañías; d) las demás que señale el estatuto.*

ARTÍCULO DOCE.- *Las socias de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) intervenir con voz y voto en las sesiones de la Junta General de Socios y en las deliberaciones de la compañía, personal o mediante mando a un socio o extraño con poder notarial o carta poder.*

ARTICULO TRECE.- *La responsabilidad de los socios o las obligaciones sociales es la que determina la ley. No se recomendará a favor de ninguno de los socios beneficios económicos ni intereses a sus aportes.*

CAPITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO CATORCE.- *El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la Junta General de Socios, el Presidente Administrativo y el Gerente General.*

SECCIÓN UNO.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

ARTÍCULO QUINCE.- *La junta General de Accionistas es el órgano supremo de la compañía integrado por los accionistas convocados y reunidos en número suficiente para formar un quórum.*

ARTÍCULO DIECISÉIS.- *Las sesiones ordinarias y extraordinarias serán en el domicilio principal para su validez.*

ARTÍCULO DIECISIETE.- *Las Juntas Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los meses posteriores del ejercicio económico de la compañía; y, las Extraordinarias en cualquier tiempo que fuera convocadas.*

ARTÍCULO DIECIOCHO.- *Las Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias serán convocadas por el Presidente de la Compañía por escrito y personalmente a cada uno de los socios con ocho días de anticipación. La convocatoria indicará el lugar, fecha, hora, el orden del día y el objeto de la sesión.*

ARTÍCULO DIECINUEVE.- *El quórum para las sesiones en la primera convocatoria será más de la mitad del número de socios, en la segunda sesionará con el número de socios presentes.*

ARTÍCULO VEINTE.- *Las resoluciones se tomarán con la mayoría absoluta de votos, los votos blancos se sumarán a la mayoría.*

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE ADMINISTRATIVO

ARTÍCULO VEINTIUNO.- *El Presidente Administrativo será nombrado por la Junta General de Socios para el período de dos años, pudiendo ser reelegido y percibirá la remuneración que señale la Junta.*

ARTÍCULO VEINTIDOS.- *Son deberes y atribuciones del Gerente General de la compañía: a) Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial; b) Dirigir la gestión económica-financiera de la compañía; c) Gestionar, planificar, coordinar y poner en marcha las actividades de la compañía; d) Realizar inversiones y adquisiciones para la compañía; e) Nombrar al personal administrativo y contratar al personal técnico que se requiere; f) Inscribir su nombramiento o razón social en el Registro Mercantil; g) Manejar cuentas de la compañía; h) Presentar a la Junta General el informe administrativo y económico, balances, cuentas de pérdidas y ganancias.*

CAPITULO QUINTO.- DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORÍA CONTABLE

ARTÍCULO VEINTITRES.- *Los socios de la compañía nombrarán entre ellos a un interventor que vigile, inspeccione y controle los actos de los Administradores y las operaciones sociales, éste durará dos años en sus funciones y puede ser reelegido.*

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Sin perjuicio a lo dispuesto en los artículos anteriores, la Junta General de socios podrá contratar la asesoría contable o auditora de cualquier persona natural o jurídica especializada.

CAPÍTULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LACOMPAÑIA.

ARTICULO VEINTICINCO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones de la Ley de Compañías y de este Estatuto. El encargado de la liquidación será el Gerente General de la Compañía, o en su falta la persona que la Junta designa.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- A la muerte de un socio la compañía continuara con los supervivientes y con los herederos.

ARTÍCULO VEINTESIETE.- En la liquidación de la compañía el remanente del Patrimonio será distribuido entre los socios una vez cumplida las obligaciones sociales.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- DISPOSICIÓN GENERAL.- Todo lo previsto en este estatuto y en los reglamentos de la compañía será conocido y resuelto por la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DECLARACIONES

UNO.- Los Accionistas fundadores por unanimidad nombran al señor Xavier Muñoz, Gerente General de la compañía para un período determinado en este Estatuto y autorizan para que gestione los trámites necesarios para la legalización y aprobación de la Escritura constitutiva de la compañía y su

inscripción en el registro mercantil y los trámites correspondientes para que pueda operar la compañía.

Hasta aquí la minuta: Ud. Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la compañía antes nombrada.

ORGANIGRAMAS.

*La **EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”** contará con los departamentos necesarios para su funcionamiento de acuerdo con los requerimientos; por lo tanto, se recurre al uso de organigramas que demuestran la representación gráfica de la estructura organizacional, comercial, administrativa, política, etc., en la que se indica en forma esquemática la posición de las áreas que la integran, sus líneas de autoridad, relaciones de personal, comités permanentes, líneas de comunicación y de asesoría.*

Organigrama Estructural.- *En la **EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE OVEROLES DE TRABAJO “JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”**, se ha representado el organigrama, utilizando un modelo vertical, donde la máxima autoridad se encuentra en la parte superior, desde donde descienden los diferentes niveles que tiene la empresa, de acuerdo con el orden de autoridad.*

Organigrama Funcional.- Representa gráficamente las unidades administrativas, detallando cada una de las funciones básicas según el orden de importancia.

Organigrama Posicional.- Recopila los nombres de los cargos y determina los niveles a los que pertenecen cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

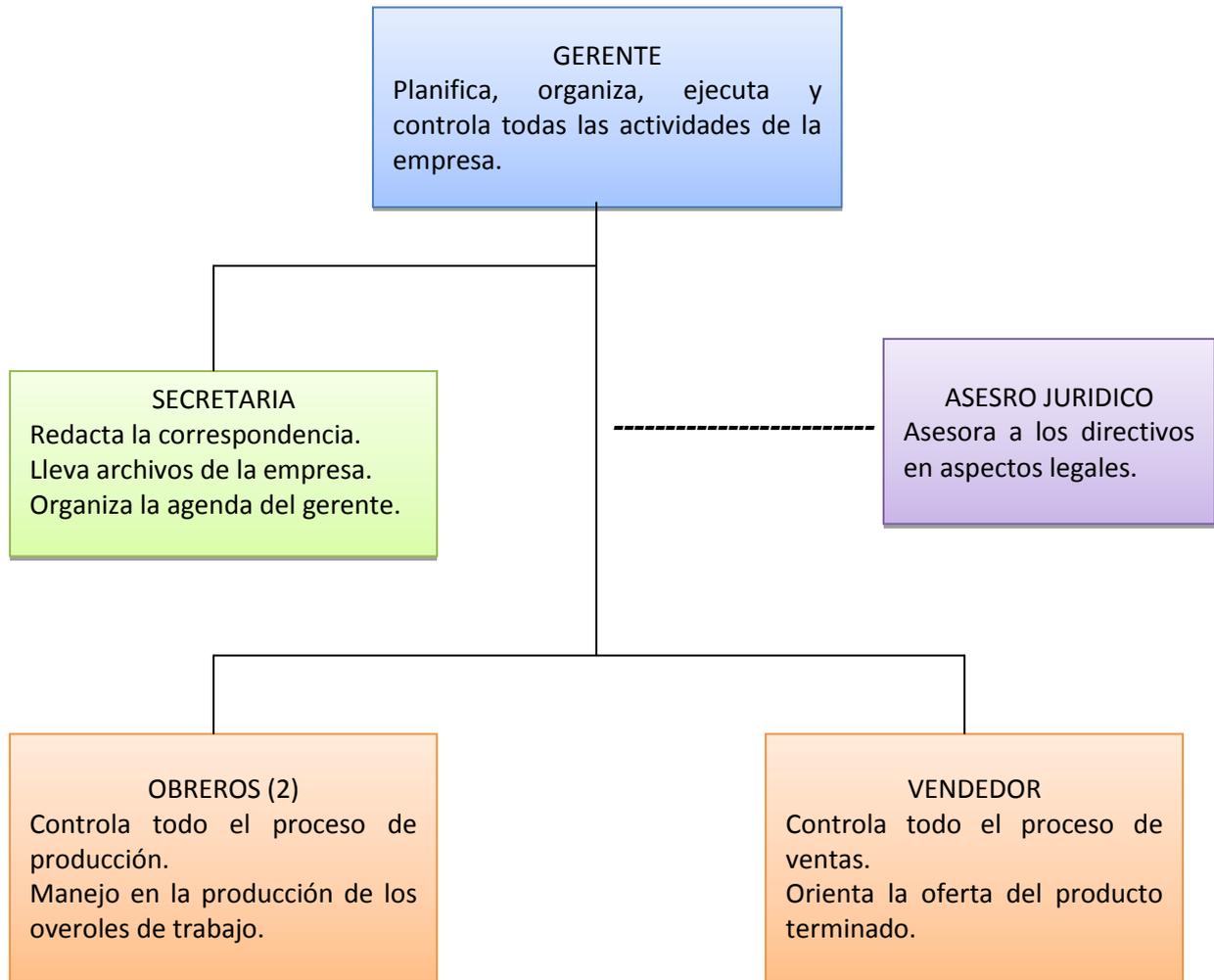
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

“JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”



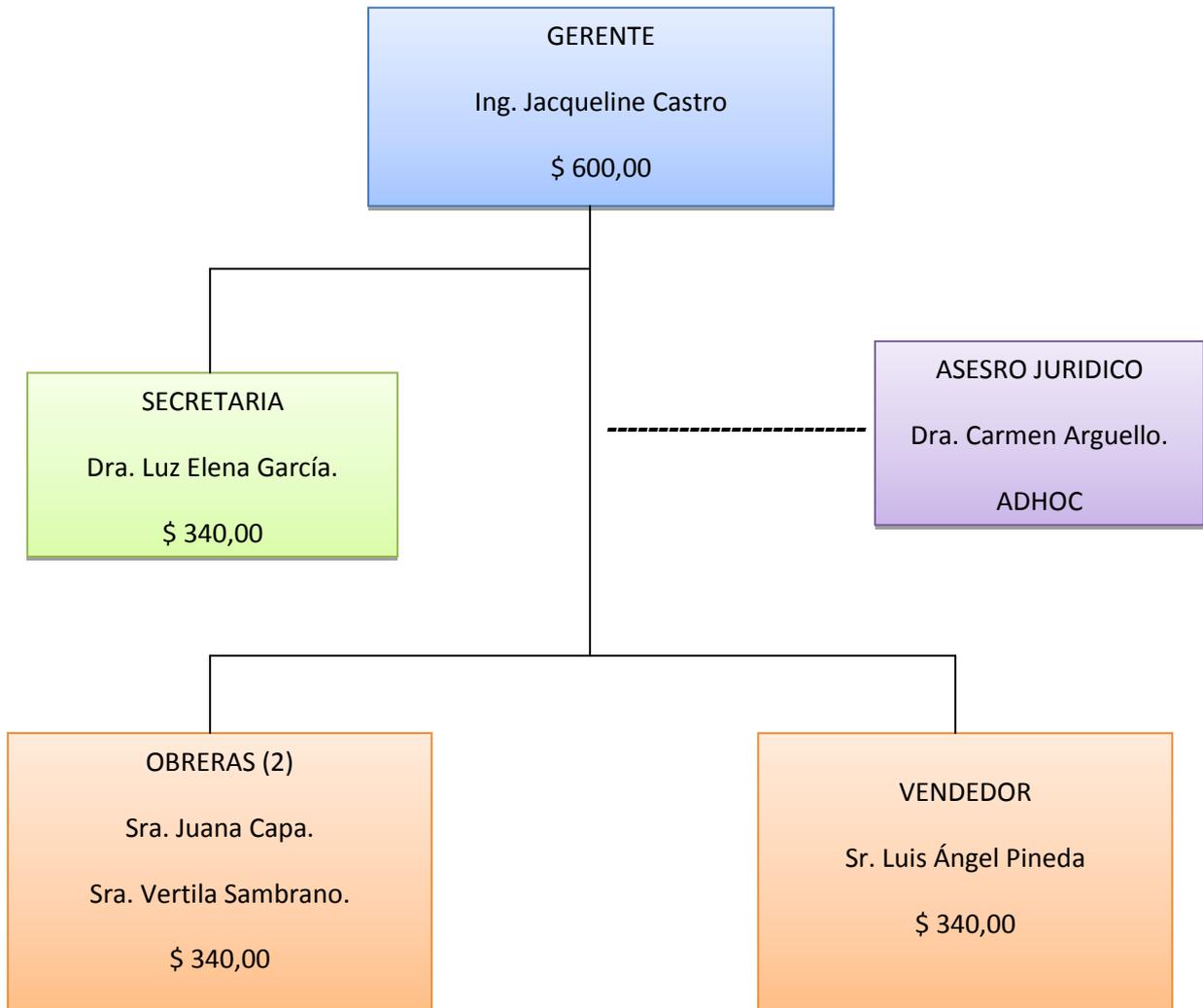
Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA
“JACQUELINE CASTRO CIA LTDA.”



Elaboración: La Autora.

**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA MICROEMPRESA
"JACQUELINE CASTRO CIA LTDA."**



Elaboración: La Autora.

MANUAL DE FUNCIONES

Proporciona información sobre las tareas, obligaciones y responsabilidades.

TITULO DEL PUESTO:	Gerente
INMEDIATO SUPERIOR:	Junta de Accionistas
SUBALTERNOS:	Todo el personal
CODIGO:	01
NATURALEZA DEL TRABAJO: <i>Aplicar el proceso administrativo y contable en el ámbito de la gestión empresarial.</i>	
CARACTERISTICAS DEL PUESTO: <i>Requiere características de liderazgo</i>	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Representa legalmente a la empresa • Planificar las actividades. • Organizar los recursos • Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos y metas de la empresa • Controlar las actividades y resultados • Medir continuamente la ejecución y comparar resultados • Mantener y controlar la contabilidad general de la empresa. • Desarrollar un ambiente de trabajo armónico • Seleccionar personal competente 	
FUNCIONES PERIÓDICAS:	
<i>Se requiere de responsabilidad en todas las actividades que se realicen en el ámbito interno y externo de la empresa.</i>	
AMBIENTE: <i>agradable con ciertas condiciones de presión por las funciones de su puesto.</i>	
SEGURIDAD: <i>condiciones generalmente seguras</i>	
REQUISITOS:	
EDUCACIÓN: <i>Ingeniero en Administración de Empresas, Ing. Comercial o Economista</i>	
EXPERIENCIA: <i>2 años en labores similares</i>	
APTITUD: <i>Agilidad física para el cumplimiento del cargo</i>	
RESPONSABILIDAD: <i>Responsable de las ventas de la empresa.</i>	

TITULO DEL PUESTO:	Asesor Jurídico
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente
SUBALTERNOS:	obreros
CODIGO:	02
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<i>El trabajo implica el manejo de las relaciones conflictivas de manera conciliadora que tenga que enfrentar la empresa.</i>	
FUNCIONES TÍPICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Atender los asuntos judiciales de la empresa. - Asesorar en asuntos legales a directivos y ejecutivos. - Representar legalmente a la empresa en asuntos judiciales. -Estudiar y resolver problemas legales relacionados con la empresa -Participar en los comités y grupos de trabajo -Asesorar judicialmente a todos los niveles de la empresa -Emitir opiniones y dictámenes de naturaleza jurídica -Asumir la defensa legal de la empresa 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	
<i>El puesto requiere de formación en jurisprudencia con alta iniciativa y capacidad para solucionar los problemas de tipo legal de la empresa.</i>	
REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	: Doctor en Jurisprudencia
EXPERIENCIA	: 2 años

TITULO DEL PUESTO:	Secretaria - Contadora
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente
SUBALTERNOS:	obreros
CODIGO:	03

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Realizar tareas de apoyo de oficina al Gerente en sus labores administrativas.

FUNCIONES TÍPICAS

- *Archivar, registrar y controlar las actas y documentos importantes.*
- *Atender la central telefónica, efectuar y atender las comunicaciones e informar a nivel interno.*
- *Controlar el registro de asistencia.*
- *Atender a los miembros del directorio en las sesiones.*
- *Centraliza los requerimientos de suministros de oficina, aseo y limpieza.*
- *Velar por mantener un stock adecuado.*
- *Tramitar las publicaciones en los diarios de la prensa.*
- *Gestionar compras*

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- *El puesto requiere de formación en informática, tener buena redacción y ortografía.*

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN : *Secretaria Ejecutiva*

EXPERIENCIA : *2 años*

TITULO DEL PUESTO:	Vendedor
INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente, Secretaria Contadora
SUBALTERNOS:	Ninguno
CODIGO:	04
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<i>- Atención al cliente o consumidor final</i>	
CARACTERISTICAS DEL PUESTO:	
<i>- Honestidad</i>	
<i>- Responsabilidad</i>	
FUNCIONES:	
<i>-Controlas todo el proceso de ventas</i>	
<i>-Orientar la oferta de los pasteles</i>	
<i>-Cuadrar diariamente caja.</i>	
<i>-Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad</i>	
<i>-Mantener, ordenar y limpiar los materiales a utilizar</i>	
<i>-Cumplir con las órdenes del gerente</i>	
<i>-Cumplir las actividades designadas</i>	
FUNCIONES PERIÓDICAS:	
<i>Mejorar la actividad productiva que realiza</i>	
AMBIENTE: <i>agradable con ciertas condiciones de presión por las funciones de su puesto</i>	
SEGURIDAD: <i>condiciones generalmente seguras</i>	
REQUISITOS: <i>Buena presencia, buenas relaciones humanas.</i>	
EDUCACIÓN: <i>Bachillerato o Universidad (Carrera Opcional)</i>	
EXPERIENCIA: <i>Mínimo 1 año</i>	
APTITUD: <i>Agilidad física para el cumplimiento del cargo</i>	

TITULO DEL PUESTO:	Obreras
INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUBALTERNOS:	Ninguno
CODIGO:	05
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Controlar todo el proceso de producción de los overoles de trabajo. - Operación de equipos, revisar la producción. 	
CARACTERISTICAS DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Honestidad - Responsabilidad 	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar los procesos productivos - Examina el producto y etiqueta - Verifica que el producto este bien terminado - Determinar los equipos y técnicas a utilizar - Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad - Mantener, ordenar y limpiar los materiales a utilizar - Cumplir con las órdenes del gerente - Cumplir las actividades designadas 	
FUNCIONES PERIÓDICAS:	
Mejorar la actividad productiva que realiza	
AMBIENTE: agradable con ciertas condiciones de presión por las funciones de su puesto	
SEGURIDAD: condiciones generalmente seguras	
REQUISITOS:	
EDUCACIÓN: Curso de pastelería.	
EXPERIENCIA: Mínimo 1 año	
APTITUD: Agilidad física para el cumplimiento del cargo	

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

Cuando se han determinado los diferentes requerimientos para el proyecto a través del estudio técnico, se estima el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

INVERSIONES.

Es la sistematización de la información a fin de cuantificar los activos que requiere el proyecto para la transformación de insumos y la determinación del monto de capital de operación requerido para el funcionamiento del proyecto después de su implementación.

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

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

ACTIVOS FIJOS.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

TERRENO. Aquí se hace constar el valor del terreno que asciende a 12.650,00 según las cotizaciones que se realizó en el mercado local de la ciudad de Quito.

DETALLE	CANTIDAD M.2	COSTO UNITARIO	TOTAL
Terreno	110	115	12.650,00
Total			12.650,00

CONSTRUCCIONES. Aquí se hace constar el valor de las construcciones del local que asciende a 23.300,00 según cotizaciones que se realizó en el mercado local.

DETALLE	CANTIDAD M.2	COSTO UNITARIO	TOTAL
Construcciones	100	233	23.300,00
TOTAL			23.300,00

MAQUINARIA Y EQUIPO.

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Maquina troqueladora de pedal	1	890,00	890,00
Máquina cortadora recta	1	485,00	485,00
Máquina overlock	1	760,00	760,00
Máquina flatlock	2	760,00	1.520,00
TOTAL			3.655,00

UTENSILIOS.

Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Tijeras	4	35,00	140,00
TOTAL			140,00

VEHÍCULO.

Las inversiones correspondientes al vehículo han sido cotizadas en el mercado local.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Camioneta	1	21.000,00	21.000,00
TOTAL			21.000,00

MUEBLES Y ENSERES.

Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa en las diferentes dependencias, tanto de producción como administrativas. Se detalla en el siguiente cuadro:

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	45,00	45,00
Escritorio secretaria	1	18,00	18,00
silla giratoria	2	180,00	360,00
archivador	1	10,00	10,00
sillas	10	95,00	950,00
mesas	2	165,00	330,00
TOTAL			1.668,00

EQUIPOS DE OFICINA.

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

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Sumadora	1	17,00	17,00
Calculadora	1	6,50	6,50
Teléfono	1	36,00	36,00
Grapadora	1	4,50	4,50
Perforadora	1	4,50	4,50
TOTAL			68,50

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

Comprende el equipo informático que utilizará la empresa, como son Computadora e Impresora. Se detalla a continuación:

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadoras	1	650,00	650,00
Impresora	1	95,00	95,00
TOTAL			745,00

ACTIVOS DIFERIDOS.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización.

ACTIVO DIFERIDO	
DETALLE	COSTO TOTAL
Software	500,00
Patentes	180,00
Permiso de funcionamiento	300,00
Instalación de energía	600,00
Total	1.580,00

ACTIVOS CIRCULANTES.

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir la empresa para su normal funcionamiento, en un periodo determinado de tiempo, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para un mes.

ACTIVO CIRCULANTE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima directa	10.137,60	121.651,20
Materia prima indirecta	120,96	1.451,52
Mano de obra directa	1.045,95	12.551,36
Energía eléctrica	46,80	561,60
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos administrativos	1.083,04	12.996,54
Servicios básicos	45,00	540,00
Útiles de limpieza	49,00	588,00
GASTOS DE VENTA		
Sueldo vendedor	522,97	6.275,68
Publicidad	172,50	2.070,00
TOTAL	13.223,82	158.685,90

TOTAL DE LA INVERSIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS ACTIVOS.

TOTAL INVERSIONES	
ACTIVO FIJO	63.226,50
ACTIVO DIFERIDO	1.580,00
ACTIVO CIRCULANTE	13.223,82
TOTAL	78.030,32
RUBRO	% PARTICIPACIÓN
ACTIVO FIJO	0,81
ACTIVO DIFERIDO	0,02
ACTIVO CIRCULANTE	0,17

FINANCIAMIENTO.

Crédito Corporación Financiera Nacional, al 12% de interés anual, por un valor de 28.000,00 Dólares.

TABLA DE AMORTIZACIÓN.

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		28.000,00			
1	25-feb-2015	27.657,16	280,00	342,84	622,84
2	27-mar-2015	27.310,88	276,57	346,27	622,84
3	26-abr-2015	26.961,15	273,11	349,74	622,84
4	26-may-2015	26.607,91	269,61	353,23	622,84
5	25-jun-2015	26.251,15	266,08	356,77	622,84
6	25-jul-2015	25.890,82	262,51	360,33	622,84
7	24-ago-2015	25.526,88	258,91	363,94	622,84
8	23-sep-2015	25.159,30	255,27	367,58	622,84
9	23-oct-2015	24.788,05	251,59	371,25	622,84
10	22-nov-2015	24.413,09	247,88	374,96	622,84
11	22-dic-2015	24.034,37	244,13	378,71	622,84
12	21-ene-2016	23.651,87	240,34	382,50	622,84
13	20-feb-2016	23.265,55	236,52	386,33	622,84
14	21-mar-2016	22.875,36	232,66	390,19	622,84
15	20-abr-2016	22.481,27	228,75	394,09	622,84
16	20-may-2016	22.083,24	224,81	398,03	622,84
17	19-jun-2016	21.681,22	220,83	402,01	622,84
18	19-jul-2016	21.275,19	216,81	406,03	622,84
19	18-ago-2016	20.865,10	212,75	410,09	622,84
20	17-sep-2016	20.450,90	208,65	414,19	622,84
21	17-oct-2016	20.032,57	204,51	418,34	622,84
22	16-nov-2016	19.610,05	200,33	422,52	622,84
23	16-dic-2016	19.183,31	196,10	426,74	622,84
24	15-ene-2017	18.752,29	191,83	431,01	622,84
25	14-feb-2017	18.316,97	187,52	435,32	622,84
26	16-mar-2017	17.877,30	183,17	439,67	622,84
27	15-abr-2017	17.433,23	178,77	444,07	622,84
28	15-may-2017	16.984,71	174,33	448,51	622,84
29	14-jun-2017	16.531,72	169,85	453,00	622,84
30	14-jul-2017	16.074,19	165,32	457,53	622,84
31	13-ago-2017	15.612,09	160,74	462,10	622,84
32	12-sep-2017	15.145,36	156,12	466,72	622,84
33	12-oct-2017	14.673,97	151,45	471,39	622,84
34	11-nov-2017	14.197,87	146,74	476,10	622,84
35	11-dic-2017	13.717,00	141,98	480,87	622,84
36	10-ene-2018	13.231,33	137,17	485,67	622,84
37	09-feb-2018	12.740,80	132,31	490,53	622,84
38	11-mar-2018	12.245,36	127,41	495,44	622,84
39	10-abr-2018	11.744,97	122,45	500,39	622,84
40	10-may-2018	11.239,57	117,45	505,39	622,84
41	09-jun-2018	10.729,13	112,40	510,45	622,84
42	09-jul-2018	10.213,57	107,29	515,55	622,84
43	08-ago-2018	9.692,86	102,14	520,71	622,84
44	07-sep-2018	9.166,95	96,93	525,92	622,84
45	07-oct-2018	8.635,77	91,67	531,18	622,84
46	06-nov-2018	8.099,29	86,36	536,49	622,84
47	06-dic-2018	7.557,43	80,99	541,85	622,84
48	05-ene-2019	7.010,16	75,57	547,27	622,84
49	04-feb-2019	6.457,42	70,10	552,74	622,84
50	06-mar-2019	5.899,15	64,57	558,27	622,84
51	05-abr-2019	5.335,30	58,99	563,85	622,84
52	05-may-2019	4.765,81	53,35	569,49	622,84
53	04-jun-2019	4.190,62	47,66	575,19	622,84
54	04-jul-2019	3.609,68	41,91	580,94	622,84
55	03-ago-2019	3.022,93	36,10	586,75	622,84
56	02-sep-2019	2.430,32	30,23	592,62	622,84
57	02-oct-2019	1.831,78	24,30	598,54	622,84
58	01-nov-2019	1.233,24	18,32	604,53	622,84
59	01-dic-2019	628,71	12,33	610,51	622,84
60	31-dic-2019	18,20	6,29	616,56	622,84
			9.370,85	27.999,82	37.370,67

PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.

PRESUPUESTO DE COSTOS

Para llevarlo a efecto se procede a sumar todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año. En este caso calcularemos los presupuestos para diez años. De esta manera determinaremos la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo.

RUBROS/ PERIODOS	PRESUPUESTO PROFORMARDO DE COSTOS Y GASTOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE OPERACIÓN										
Materia prima directa	121.651,20	128.342,02	135.400,83	142.847,87	150.704,51	158.993,25	167.737,88	176.963,47	186.696,46	196.964,76
Materia prima indirecta	1.451,52	1.531,35	1.615,58	1.704,43	1.798,18	1.897,08	2.001,42	2.111,50	2.227,63	2.350,15
Mano de obra directa	12.551,36	13.241,68	13.969,98	14.738,33	15.548,93	16.404,13	17.306,35	18.258,20	19.262,40	20.321,84
Energía eléctrica	561,60	592,49	625,07	659,45	695,72	733,99	774,36	816,95	861,88	909,28
Dep. Edificio	1.106,75	1.106,75	1.106,75	1.106,75	1.106,75	1.106,75	1.106,75	1.106,75	1.106,75	1.106,75
Dep. Maq. Y Equipos	328,95	328,95	328,95	328,95	328,95	328,95	328,95	328,95	328,95	328,95
Depreciac. Suministros	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00				
Depreciación de vehículo	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00
Amortización de activo diferido	316,00	316,00	316,00	316,00	316,00	316,00	316,00	316,00	316,00	316,00
Total Costo De Producción	139.899,38	147.391,24	155.295,16	163.633,79	172.431,04	181.670,15	191.461,71	201.791,81	212.690,07	224.187,73
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos administrativos	12.996,54	13.711,35	14.465,47	15.261,07	16.100,43	16.985,95	17.920,18	18.905,79	19.945,61	21.042,62
Servicios básicos	540,00	569,70	601,03	634,09	668,97	705,76	744,58	785,53	828,73	874,31
Útiles de limpieza	588,00	620,34	654,46	690,45	728,43	768,49	810,76	855,35	902,40	952,03
Dep. equipos de oficina	12,33	12,33	12,33	12,33	12,33	12,33	12,33	12,33	12,33	12,33
Dep. equipos de computo	166,38	166,38	166,38							
Dep. muebles y enseres	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12
Total de Gastos de Administración	14.453,37	15.230,22	16.049,80	16.748,06	17.660,27	18.622,65	19.637,96	20.709,12	21.839,18	23.031,41
GASTOS DE VENTAS										
Sueldo vendedor	6.275,68	6.620,84	6.984,99	7.369,16	7.774,47	8.202,06	8.653,18	9.129,10	9.631,20	10.160,92
Publicidad	2.070,00	2.183,85	2.303,96	2.430,68	2.564,37	2.705,41	2.854,20	3.011,19	3.176,80	3.351,53
Total de Gastos de Ventas	8.345,68	8.804,69	9.288,95	9.799,84	10.338,83	10.907,47	11.507,38	12.140,29	12.808,00	13.512,44
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	1.781,12	1.781,12	1.781,12	1.781,12	1.781,12					
Total Gastos Financieros	1.781,12	1.781,12	1.781,12	1.781,12	1.781,12					
COSTO TOTAL	164.479,55	173.207,27	182.415,02	191.962,81	202.211,27	211.200,27	222.607,06	234.641,22	247.337,25	260.731,58
Imprevistos 5%	8.223,98	8.676,30	9.153,49	9.656,93	10.188,07	10.748,41	11.339,57	11.963,25	12.621,23	13.315,39
TOTAL COSTOS	172.703,52	181.883,57	191.568,51	201.619,75	212.399,33	221.948,68	233.946,63	246.604,46	259.958,48	274.046,97

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES.

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	COSTO FIJOS	COSTO VARIABLE	COSTOS FIJOS	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia prima directa		121.651,20		150.704,51		196.964,76
Materia prima indirecta		1.451,52		1.798,18		2.350,15
Mano de obra directa		12.551,36		15.548,93		20.321,84
Energía eléctrica		561,60		695,72		909,28
Dep. Edificio	1.106,75		1.106,75		1.106,75	
Dep. Maquinaria y equipo	328,95		328,95		328,95	
Dep. Suministros	42,00		42,00			
Dep. Vehículo	1.890,00		1.890,00		1.890,00	
Amortización de activo diferido	316,00		316,00		316,00	
Subtotal costos de producción	3.683,70	136.215,68	3.683,70	168.747,34	3.641,70	220.546,03
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Sueldos personal administrativo	12.996,54		16.100,43		21.042,62	
Servicios basicos	540,00		668,97		874,31	
Suministros de oficina	-		-		-	
Útiles de limpieza	588,00		728,43		952,03	
Suministros de limpieza	-		-		-	
Deprec. equipos de oficina	12,33		12,33		12,33	
Deprec. de equipos computación	166,38					
Dep. de muebles y enseres	150,12		150,12		150,12	
Subtotal gastos administrativos	14.453,37		17.660,27		23.031,41	
GASTOS DE VENTAS						
Sueldo de ventas	6.275,68		7.774,47		10.160,92	
Publicidad	2.070,00		2.564,37		3.351,53	
Subtotal Gastos de Ventas	8.345,68		10.338,83		13.512,44	
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por préstamo	1.781,12		1.781,12			
Subtotal gastos financieros	1.781,12		1.781,12			
COSTO TOTAL	28.263,87		33.463,92		40.185,55	
Imprevistos 5%	8.223,98		10.188,07		13.315,39	
TOTAL FIJOS Y VARIABLES	36.487,84	136.215,68	43.651,99	168.747,34	53.500,94	220.546,03

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es una herramienta clave para determinar la solvencia de la empresa y su nivel de rentabilidad. Para ello se han clasificado los costos fijos y variables, que se encuentran detallados en el cuadro anterior.

AÑO 1 GRÁFICO Nro. 21



a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{36487,84}{207244,23 - 136215,68} \times 100$$

$$PE = 51,37 \%$$

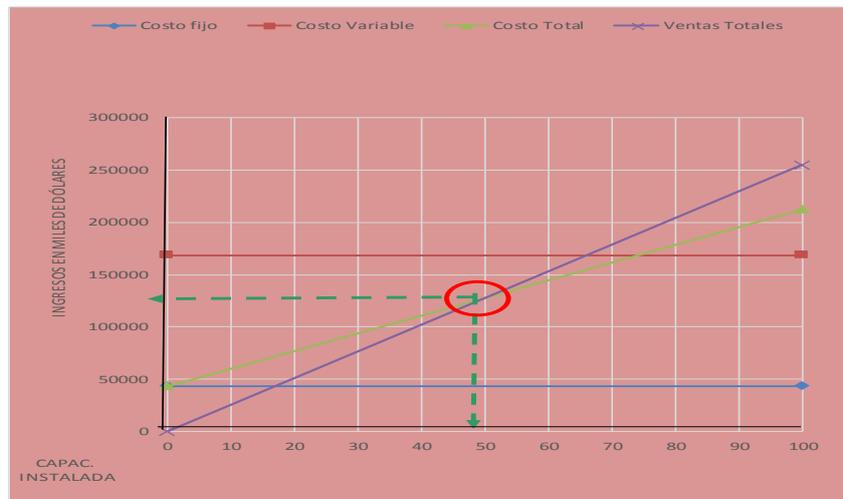
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{36487,84}{1 - \frac{136215,68}{207244,23}}$$

$$PE = \$ 106.462,76$$

AÑO 5
GRÁFICO Nro. 22



a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{43651,99}{254879,20 - 168747,34} \times 100$$

PE = 50,68 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{43651,99}{1 - \frac{168747,34}{254879,20}}$$

PE = \$ 129.173,86

AÑO 10
GRÁFICO Nro. 23



a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{53500,94}{328856,36 - 220546,03} \times 100$$

PE = 49,40 %

1

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{53500,94}{1 - \frac{220546,03}{328856,36}}$$

PE = \$ 162.441,79

INGRESOS ANUALES POR VENTAS.

Los ingresos constituyen el beneficio de la venta de los productos o servicios que genera el proyecto.

Se ha determinado un costo global del producto ya que se utilizan los mismos componentes tecnológicos y humanos en su fabricación, y su precio en el mercado también es similar.

En los ingresos que se han establecido en la vida útil de la empresa, tal como se indica en el cuadro siguiente, y se ha establecido un margen de utilidad 5 dólares, con lo cual se pudo establecer que cada overol costará 29.98 dólares, lo cual está acorde a la competencia local.

AÑOS	COSTOS DE OPERACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	UTILIDAD	PVP	INGRESOS POR VENTA
1	172.703,52	6.912	24,99	5,00	29,98	207.244,23
2	181.883,57	7.372	24,67	4,93	29,61	218.260,28
3	191.568,51	7.833	24,46	4,89	29,35	229.882,21
4	201.619,75	8.294	24,31	4,86	29,17	241.943,70
5	212.399,33	8.755	24,26	4,85	29,11	254.879,20
6	221.948,68	9.216	24,08	4,82	28,90	266.338,41
7	233.946,63	9.216	25,38	5,08	30,46	280.735,95
8	246.604,46	9.216	26,76	5,35	32,11	295.925,36
9	259.958,48	9.216	28,21	5,64	33,85	311.950,18
10	274.046,97	9.216	29,74	5,95	35,68	328.856,36

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Se han establecido los ingresos y egresos generados por el proyecto en un período de diez años, mostrando las utilidades del proyecto.

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ingresos por ventas	207.244,23	218.260,28	229.882,21	241.943,70	254.879,20	266.338,41	280.735,95	295.925,36	311.950,18	328.856,36
(-) Costo Total	172.703,52	181.883,57	191.568,51	201.619,75	212.399,33	221.948,68	233.946,63	246.604,46	259.958,48	274.046,97
(=) Utilidad Bruta en Ventas	34.540,70	36.376,71	38.313,70	40.323,95	42.479,87	44.389,74	46.789,33	49.320,89	51.991,70	54.809,39
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	5.181,11	5.456,51	5.747,06	6.048,59	6.371,98	6.658,46	7.018,40	7.398,13	7.798,75	8.221,41
(=) Utilidad antes de IR	29.359,60	30.920,21	32.566,65	34.275,36	36.107,89	37.731,28	39.770,93	41.922,76	44.192,94	46.587,98
(-) 25% Impuesto a la Renta	7.339,90	7.730,05	8.141,66	8.568,84	9.026,97	9.432,82	9.942,73	10.480,69	11.048,24	11.647,00
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	22.019,70	23.190,15	24.424,99	25.706,52	27.080,91	28.298,46	29.828,20	31.442,07	33.144,71	34.940,99
(-) 10% Reserva legal	2.201,97	2.319,02	2.442,50	2.570,65	2.708,09	2.829,85	2.982,82	3.144,21	3.314,47	3.494,10
TOTAL INGRESOS	19.817,73	20.871,14	21.982,49	23.135,87	24.372,82	25.468,61	26.845,38	28.297,86	29.830,24	31.446,89

EVALUACIÓN FINANCIERA.

FLUJO NETO DE CAJA.

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Ingresos por ventas		207.244,23	218.260,28	229.882,21	241.943,70	254.879,20	266.338,41	280.735,95	295.925,36	311.950,18	328.856,36
Valor Residual				259,85		6,85					2.632,30
Capital propio	50.030,32										
Capital ajeno	28.000,00										
Total Ingresos	78.030,32	207.244,23	218.260,28	230.142,06	241.943,70	254.886,05	266.338,41	280.735,95	295.925,36	311.950,18	331.488,66
EGRESOS											
Costo de Producción y operación		172.703,52	181.883,57	191.568,51	201.619,75	212.399,33	221.948,68	233.946,63	246.604,46	259.958,48	274.046,97
Activos fijos	63.226,50										
Activos diferidos	1.580,00										
Activos circulantes	13.223,82										
(-) Costo Total	78.030,32	172.703,52	181.883,57	191.568,51	201.619,75	212.399,33	221.948,68	233.946,63	246.604,46	259.958,48	274.046,97
(=) Utilidad Bruta en Ventas		34.540,70	36.376,71	38.573,55	40.323,95	42.486,72	44.389,74	46.789,33	49.320,89	51.991,70	57.441,69
(-) 15% Utilidad de Trabajadores		5.181,11	5.456,51	5.786,03	6.048,59	6.373,01	6.658,46	7.018,40	7.398,13	7.798,75	8.616,25
(=) Utilidad antes de IR.		29.359,60	30.920,21	32.787,52	34.275,36	36.113,71	37.731,28	39.770,93	41.922,76	44.192,94	48.825,44
(-) 25% Impuesto a la Renta		7.339,90	7.730,05	8.196,88	8.568,84	9.028,43	9.432,82	9.942,73	10.480,69	11.048,24	12.206,36
Utilidad líquida		22.019,70	23.190,15	24.590,64	25.706,52	27.085,28	28.298,46	29.828,20	31.442,07	33.144,71	36.619,08
Reinversión de activos fijos				885,00		68,50					
FLUJO NETO DE CAJA	-	22.019,70	23.190,15	23.705,64	25.706,52	27.016,78	28.298,46	29.828,20	31.442,07	33.144,71	36.619,08

VALOR ACTUAL NETO.

En un proyecto empresarial es muy importante analizar la posible rentabilidad del proyecto y sobre todo si es viable o no. Cuando se forma una empresa hay que invertir un capital y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años. Esta rentabilidad debe ser mayor al menos que una inversión con poco riesgo.

PERÍODO	FLUJO NETO	FACTOR	VALOR
		ACTUALIZ.	ACTUALIZADO
		12,00%	
0	78.030,32		
1	22.019,70	0,8929	19.660,45
2	23.190,15	0,7972	18.487,05
3	23.705,64	0,7118	16.873,21
4	25.706,52	0,6355	16.336,96
5	27.016,78	0,5674	15.330,05
6	28.298,46	0,5066	14.336,88
7	29.828,20	0,4523	13.492,76
8	31.442,07	0,4039	12.698,92
9	33.144,71	0,3606	11.952,31
10	36.619,08	0,3220	11.790,36
			150.958,95
			78.030,32
			72.928,63

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

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 150.958,95 - 78.030,32$$

$$VAN = 72.928,63$$

Análisis: Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta
 Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente
 Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días, para calcularlo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b-c)}{d}$$

Para el proyecto se puede establecer que se recuperará la inversión inicial en un periodo de 4 años, 10 meses y 2 días.

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO NETO
		DE CAJA	ACUMULADO
0	78.030,32		
1		22.019,70	
2		23.190,15	45.209,85
3		23.705,64	68.915,49
4		25.706,52	94.622,01
5		27.016,78	121.638,79
6		28.298,46	149.937,25
7		29.828,20	179.765,44
8		31.442,07	211.207,51
9		33.144,71	244.352,22
10		36.619,08	280.971,30
		280.971,30	

$$PRC = \text{Año anterior cubrir la inversión} + \frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{121638,79 - 78030,32}{27016,78}$$

$$PRC = 4,84$$

0,84 * 12 =	10,08	4	Años
0,08	30	10	Meses
		2	Días

TASA INTERNA DE RETORNO.

La Tasa Interna de Retorno, que sería el tipo de interés en el que el VAN se hace cero. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos. Sin embargo, si el TIR es bajo, posiblemente podríamos encontrar otro destino para nuestro dinero.

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		29,00%	MENOR	30,00%	MAYOR
0			- 78.030,32		- 78.030,32
1	22.019,70	0,77519	17.069,53	0,76923	16.938,23
2	23.190,15	0,60093	13.935,55	0,59172	13.721,99
3	23.705,64	0,46583	11.042,88	0,45517	10.790,00
4	25.706,52	0,36111	9.282,92	0,35013	9.000,57
5	27.016,78	0,27993	7.562,84	0,26933	7.276,40
6	28.298,46	0,21700	6.140,79	0,20718	5.862,77
7	29.828,20	0,16822	5.017,63	0,15937	4.753,61
8	31.442,07	0,13040	4.100,09	0,12259	3.854,47
9	33.144,71	0,10109	3.350,48	0,09430	3.125,53
10	36.619,08	0,07836	2.869,53	0,07254	2.656,28
			2.341,93		- 50,47

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

$$| \quad 29 \quad + \quad 1,00 \quad \left(\frac{2341,93}{2392,41} \right)$$

$$TIR = 29,98 \quad \%$$

Análisis : Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. En nuestro proyecto se obtendrá 0,24 centavos por cada dólar invertido, por lo cual es recomendable realizar la inversión.

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTOS			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO
	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO
0						
1	172.703,52	0,89286	154.199,57	207.244,23	0,89286	185.039,49
2	181.883,57	0,79719	144.996,47	218.260,28	0,79719	173.995,76
3	191.568,51	0,71178	136.354,68	230.142,06	0,71178	163.810,58
4	201.619,75	0,63552	128.132,99	241.943,70	0,63552	153.759,59
5	212.399,33	0,56743	120.521,09	254.886,05	0,56743	144.629,19
6	221.948,68	0,50663	112.446,11	266.338,41	0,50663	134.935,33
7	233.946,63	0,45235	105.825,57	280.735,95	0,45235	126.990,69
8	246.604,46	0,40388	99.599,41	295.925,36	0,40388	119.519,29
9	259.958,48	0,36061	93.743,63	311.950,18	0,36061	112.492,36
10	274.046,97	0,32197	88.235,79	331.488,66	0,32197	106.730,48
			1.184.055,32			1.421.902,75

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

$$R(B/C) = \frac{1.421.902,75}{1.184.055,32}$$

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

Análisis : Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

El proyecto nos dara una rentabilidad por cada dólar invertido de 0,20

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El Análisis de sensibilidad muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE LOS COSTOS

En primer lugar se ha determinado que el proyecto puede soportar hasta un 9,86% de aumento de los costos originales.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS

Para el proyecto se ha determinado que puede soportar hasta un 4,32% de disminución de los ingresos originales.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE LOS COSTOS EN UN 9.86%.

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 9,86%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 23,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 24,00%	VAN MAYOR
0						-(78030,32)		-(78030,32)
1	172.703,52	189.732,09	207.244,23	17512,14	0,8130081301	14237,51	0,8064516129	14122,69
2	181.883,57	199.817,29	218.260,28	18442,99	0,6609822196	12190,49	0,6503642040	11994,66
3	191.568,51	210.457,17	230.142,06	19684,90	0,5373839184	10578,35	0,5244872613	10324,48
4	201.619,75	221.499,45	241.943,70	20444,24	0,4368974946	8932,04	0,4229735978	8647,37
5	212.399,33	233.341,91	254.886,05	21544,14	0,3552012151	7652,51	0,3411077401	7348,87
6	221.948,68	243.832,82	266.338,41	22505,60	0,2887814757	6499,20	0,2750868872	6190,99
7	233.946,63	257.013,77	280.735,95	23722,19	0,2347816876	5569,54	0,2218442639	5262,63
8	246.604,46	270.919,66	295.925,36	25005,69	0,1908794208	4773,07	0,1789066644	4473,69
9	259.958,48	285.590,39	311.950,18	26359,79	0,1551865210	4090,68	0,1442795681	3803,18
10	274.046,97	301.068,00	331.488,66	30420,66	0,1261679032	3838,11	0,1163544904	3539,58
						331,17		-2322,17

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 23,00 + 1,00 \left(\frac{331,17}{2653,34} \right) = 23,12 \%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 29,98 - 23,12 = 6,85 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 6,85 / 29,98 = 22,86\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 22,86 / 23,12 = 0,99$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los c 9,86%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS EN UN 4.32%.

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 4,32%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 23,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 24,00%	VAN MAYOR
0						-(78030,32)		-(78030,32)
1	172.703,52	207.244,23	198291,28	25587,75	0,8130081301	20803,05	0,8064516129	20635,29
2	181.883,57	218.260,28	208831,44	26947,87	0,6609822196	17812,06	0,6503642040	17525,93
3	191.568,51	230.142,06	220199,93	28631,42	0,5373839184	15386,06	0,5244872613	15016,81
4	201.619,75	241.943,70	231491,73	29871,98	0,4368974946	13050,99	0,4229735978	12635,06
5	212.399,33	254.886,05	243874,97	31475,64	0,3552012151	11180,19	0,3411077401	10736,58
6	221.948,68	266.338,41	254832,60	32883,92	0,2887814757	9496,27	0,2750868872	9045,93
7	233.946,63	280.735,95	268608,16	34661,53	0,2347816876	8137,89	0,2218442639	7689,46
8	246.604,46	295.925,36	283141,38	36536,92	0,1908794208	6974,15	0,1789066644	6536,70
9	259.958,48	311.950,18	298473,93	38515,45	0,1551865210	5977,08	0,1442795681	5556,99
10	274.046,97	331.488,66	317168,35	43121,38	0,1261679032	5440,53	0,1163544904	5017,37
						202,04		-1480,65

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 23,00 + 1,00 \left(\frac{202,04}{1682,68} \right) = 23,12 \%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 29,98 - 23,12 = 6,86 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 6,86 / 29,98 = 22,88\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 22,88 / 23,12 = 0,99$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 4,32%

h. CONCLUSIONES

Al terminar este proyecto se logró obtener información suficiente para poder establecer las siguientes conclusiones.

- Para la factibilidad y viabilidad del proyecto se necesita un financiamiento de un 40% de la inversión inicial con lo que se puede cumplir con el objetivo general que es la factibilidad y rentabilidad de la producción.
- La realización del proyecto de producción de overoles no solo beneficiaría a la empresa sino también a los trabajadores porque existiría apertura de fuentes de trabajo, con sueldos justos, estabilidad laboral y producción nacional.
- La empresa se encuentra en una posición geográfica atractiva, por la accesibilidad del auge comercial que existe en el lugar, por las empresas de ensamblaje de automotores a su alrededor y sus preferencias comerciales.
- Se aplicaron 399 encuestas que determinaron la tendencia, gustos, preferencias y hábitos de compra de overoles en la ciudad de Quito y de esta manera se elaboró con respecto a las respuestas obtenidas planes y estrategias de marketing para ingresar al mercado.
- El proyecto tiene una recuperación de un año debido a que los costos de producción no son elevados y el volumen de ventas es alto lo que determina que el proyecto sea factible.

i. RECOMENDACIONES

- Para la confección de los overoles se requiere grandes cantidades de materia prima, por lo cual se recomienda, aprovechar y consumir los productos nacionales, para minimizar los costos y gastos.
- Existen entidades gubernamentales como la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Ministerio de Inclusión Social (MIES) que brindan asesoramiento gratuito y guías de proceso, producción, negociación y logística que nos ayudaría para minimizar los riesgos de la inversión.
- una vez que el producto logre mayor participación en el mercado de la Capital, se recomienda la expansión hacia otras provincias.
- Es recomendable utilizar objetivos de ventas y cumplir con ellas para alcanzar mejor rentabilidad y posicionamiento.
- Es recomendable como parte del negocio utilizar constantemente en temas de tecnología de punta y optimación de procesos.
- Finalmente se recomienda aplicar correctas y eficientes estrategias de marketing y negociación que direccionen al proyecto a cumplir con la visión planteada.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, Alberto. (2010). Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo. Tercera Edición; Editorial Norma S.A., Quito Ecuador.
- BACA URBINA, Gabriel. (2008). Evaluación de Proyectos. Cuarta edición. Editorial McGraw Hill. Colombia.
- BOLTEN, Steven. (2008). Administración Financiera. Volumen II; Editorial LIMUSA; México D. F.
- COLOMA, F. (2009). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.
- CÓRDOVA Padilla, Marcial. (2009) Formulación y Evaluación de Proyectos. Ecoe Ediciones. Bogotá.
- GUIA DE APRENDIZAJE. Proyectos I; Universidad Técnica Particular de Loja; Periodo Octubre 2010 – Febrero 2011.
- HERNANDEZ, Abraham. (2009). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Sexta Edición; Editorial McGraw Hill; México.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José. (2009). Gestión de Proyectos de Inversión. Quinta edición. M & M EDITORES; Bogotá, Colombia.
- MARTÍNEZ y Vejar; Martínez, Romero y Pérez, (2010) Planificación estratégica. México.
- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo (2009). Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta edición; Editorial McGraw Hill; Santiago, Chile.
- VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial, Segunda Edición; Editorial McGraw Hill; Bogotá, Colombia.

k. ANEXOS

Anexo 1: Resumen del Plan de Tesis

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE OVEROLES DE TRABAJO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”

b. PROBLEMÁTICA

En la actualidad, la seguridad en el trabajo es una actividad muy importante debido a que está encaminada a prevenir la ocurrencia de accidentes laborales, cuyo resultado final es el daño que a su vez se traduce en pérdidas.

En sus inicios, la seguridad en el trabajo buscaba solamente el incremento de la productividad pero con la automatización se dio paso a la creación de ciertos métodos organizativos y de producción en serie, es así como se descubre que se explotaban capacidades físicas por encima de lo que puede soportar el cuerpo humano y fue para entonces cuando cobra importancia el factor de la seguridad y la utilización de ropa de trabajo e implementos de seguridad necesarios para una mayor protección del trabajador.

Esta constante evolución en la preocupación por proporcionar elementos de trabajo acordes a las necesidades de cada actividad laboral, ha generado la necesidad de implementar propuestas técnicas que demuestren la factibilidad de implementar proyectos destinados a la producción de este tipo de implementos, específicamente overoles de trabajo, que además de ser cómodos, cumplan con ciertos requisitos técnicos que contribuyan a salvaguardar la integridad física de los trabajadores.

En el Ecuador, organismos como el Ministerio de Relaciones Laborales y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, obligan a las empresas a proporcionar a sus trabajadores, todos los implementos necesarios para resguardar su integridad física, caso contrario son sancionados, lo que abre una gran posibilidad para la empresa de producción de overoles de trabajo, dado que se incrementa considerablemente la demanda.

Por lo que, el presente estudio parte de la problemática de que existen un sinnúmero de empresas que no planifican, que realizan empíricamente la ejecución de una labor, sin establecer si el negocio en el cual han colocado su capital, inversión y obligaciones es viable de ejecutar desde los ámbitos del mercado, técnico, organizacional y económico financiero, lo cual propicia que muchas inversiones no resulten rentables para sus inversionistas.

No cabe duda que el diseño y ejecución del Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de overoles de trabajo, es ingenioso e innovador y que vale la pena diseñarlo, estudiarlo y analizarlo de una manera eficiente y concreta, ya que dentro de la ciudad de Loja no existen empresas que se dediquen a este tipo de producción.

Con lo mencionado anteriormente se puede delimitar el problema de la siguiente manera. Problema:

“La Falta de implementación de una empresa Productora de overoles de trabajo en la ciudad de Quito, ha limitado poder establecer su viabilidad de mercado, técnica, organizativa y económica financiera que minimice el riesgo de poner en marcha este proyecto empresarial”.

c. JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

La Universidad Nacional de Loja forma profesionales con conocimientos teóricos-prácticos a través de la aplicación de herramientas administrativas a la problemática empresarial de la colectividad.

Para lograr un cambio significativo en el desarrollo de las sociedades, es necesario la preparación académica continua basada en conocimientos técnicos de mayor nivel dentro de la formación de las personas, sobre todo en la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la preparación universitaria y que servirán para obtener el título de Ingeniero Comercial; así mismo servirá como fuente de consulta para otras investigaciones.

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

La finalidad de la justificación económica es la de suministrar suficientes elementos de juicio sobre los costos y beneficios del proyecto y se fomentara la creación de nuevas fuentes de trabajo, particularmente se estará aportando con conocimientos valederos y con respecto al proyecto de factibilidad, con lo que se incentiva al crecimiento empresarial de la ciudad de Quito, para que se puedan establecer la conveniencia al uso propuesto de los recursos económicos que se solicitan para incentivar el empleo y la generación de ingresos para minimizar el impacto de las crisis en la provincia y el país, mediante la asesoría para el desarrollo de la microempresa.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

Como profesional en formación es mi deber aportar a la sociedad con los conocimientos adquiridos durante el periodo de estudio, pues la presente

investigación se constituirá en un pequeño aporte que coadyuve al desarrollo de la ciudad de Quito mediante la aplicación y puesta en marcha de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección de overoles de trabajo y su comercialización en esta ciudad.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- *Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección de overoles de trabajo y su comercialización en la ciudad de Quito.*

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- *Elaborar un estudio de mercado que determine y cuantifique tanto la oferta, como la demanda del producto, demanda insatisfecha y establecer un plan de comercialización.*
- *Realizar el estudio técnico del proyecto en base a una investigación, con el fin de determinar el tamaño óptimo de la Empresa, su localización y aspectos tecnológicos.*
- *Determinar la estructura organizacional con la cual operará la Empresa, estableciendo desde su razón social, su filosofía, su estructura orgánica y funcional, a fin de que cuente con una base sólida de desarrollo.*
- *Elaborar un estudio financiero establecer la inversión, costos y precio de venta al público.*
- *Realizar la evaluación financiera del proyecto en base a criterios de evaluación como VAN, TIR, RB/C, PRC y ANSENS que permitan establecer si el proyecto es financieramente factible de ejecutarse o no.*

e. METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se desarrolló mediante la aplicación de los siguientes métodos:

Método Científico: El método científico será una estrategia para descubrir las propiedades de la investigación. Por lo tanto nos permitirá recopilar datos y confirmarlos mediante conclusiones veraces.

Método Inductivo: Es el proceso que va de lo particular a lo general. El método inductivo dará una pauta para determinar las conclusiones generales del proyecto, en base a datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicará en el proyecto.

Método Deductivo: Es un proceso que parte de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares. En base a éste estudio se determina el tamaño de la muestra, con datos generales y reales de la población a nivel local.

Analítico-Sintético: Este método se realiza mediante un proceso donde relaciona hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica estos elementos. Se utilizará para analizar la información y poder establecer la realidad actual del fenómeno de investigación, y posteriormente sintetizarla y usarla para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto.

Técnicas:

Encuestas.- Estarán dirigidas a la población de la ciudad de Quito, convirtiéndose en nuestros potenciales consumidores, lo cual ayudará a determinar las diferentes demandas existentes.

Población y Muestra: Para determinar el tamaño de la muestra de la demanda, fue necesario recurrir a la información proporcionada por el Censo realizado por el INEC en el año 2010, donde se indica que la población total ocupada por categorías es de 105271.

Categoría de ocupación	Casos
GAD Provincial y GAD Municipal	45600
Empleado/a u obrero/a privado	86984
Jornalero/a o peón	20495
Patrono/a	10234
Socio/a	4107
Cuenta propia	61327
Trabajador/a no remunerado	4296
Empleado/a doméstico/a	8512
Se ignora	7773
Total	249328

De las cuales se considera las siguientes categorías:

• Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio y Provincial	45600
• Empleado/a u obrero/a privado	86984
• Jornalero/a o peón	24495
	<hr/>
	157.079

Estas personas por su ocupación necesitan ropa de trabajo, por lo que se hace imprescindible la adquisición de overoles, constituyéndose en la población de estudio, la misma que será de 157.079 trabajadores públicos y privados.

Tamaño de la muestra

El área de influencia comprende; al Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales, Empleado/a u obrero/a privado, Jornalero/a o peón.

Para el presente trabajo de investigación se aplicará el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente fórmula: 44725

FORMULA:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N = Población

e = Error de estimación

5% (0,05) \Rightarrow Error permitido para aceptar estadísticamente los resultados obtenidos.

$$n = \frac{(157.079)}{1 + (0.05)^2 (157.079)}$$

$$n = \frac{(157.079)}{393,70}$$

n= 398,98

n= 399 encuestas

Se aplicaran 399 encuestas; para determinar la demanda de este tipo de producto (overoles de trabajo).

f. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizarán recursos humanos, técnicos y materiales, mismos que serán financiados por el autor del proyecto.

RECURSOS HUMANOS:

Se contara con la Dirección de un Docente de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia y de la aspirante al Título de Ingeniera en Administración de Empresas, Jacqueline Castro.

PRESUPUESTO:

Detalle	Valor
Adquisición de bibliografía	120,00
Papelería	80,00
Movilización	150,00
Impresiones y copias	150,00
Alimentación	200,00
Internet	80,00
Asesoramiento	250,00
Gastos teléfono y celular	85,00
Anillados y Empastados de la tesis	150,00
Materiales de oficina	80,00
Imprevistos 5%	50,00
TOTAL	1395,00

FINANCIAMIENTO:

Este proyecto es realizado con recursos y financiamiento propio, para lo cual se ha considerado la cantidad de \$ **1395,00** dólares, valor que será destinado para cubrir los gastos que demande el proyecto de investigación.

Anexo 2: Encuesta para determinar la Demanda de los overoles de trabajo

Como estudiante de la Carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñado en elaborar un "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE OVEROLES DE TRABAJO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO", para lo cual le solicito de la manera más comedida y respetuosa se digna contestar las siguientes interrogantes:

1.- ¿Cuáles son los ingresos promedio?

0 – 340	()	340 – 500	()
501 – 1000	()	1001 – 1500	()
1501 – 2000	()	Más de 2000	()

2.- ¿En su trabajo utiliza overoles de trabajo?

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

3.- ¿Con que frecuencia compra Usted overoles de trabajo?

Quincenal	()	Mensual	()
Semestral	()	Anual	()
Otros.....			

4.- ¿Cada vez que realiza su compra, en qué cantidad prefiere usted adquirir los overoles de trabajo?

Uno – dos overoles	()	Tres – cuatro-overoles	()
Cinco – seis- overoles	()		
Otros:			

5.- ¿Qué opina de la calidad de los overoles de trabajo que Usted adquiere?

Excelente	()	Buena	()
Regular	()	Mala	()

6.- Los overoles de trabajo que Usted adquiere satisface completamente sus necesidades de:

Precio	()	Calidad	()
Color	()	Talla	()

7.- ¿Conoce usted si existe en el mercado una empresa productora de overoles de trabajo?

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

8.- ¿Si existiera en el mercado una empresa productora de overoles de trabajo, usted lo adquiriría?

SI () NO ()

9.- ¿Al adquirir overoles de trabajo para su uso en que cantidad desearía?

Uno – dos overoles () Tres – cuatro- overoles ()

Cinco – seis- overoles ()

Otros:

10.- ¿Dónde le gustaría adquirir los overoles de trabajo para su uso o el de su familia?

Empresa productora () Almacenes ()

Mercados () Autoservicios ()

Otros.....

11.- ¿Qué es lo que más le llamaría la atención en la etiqueta de este tipo de producto?

Tipo de etiqueta () Información producto ()

Logotipo e imagen () Color ()

Otros.....

12.- ¿Qué medio publicitario usted prefiere?

Televisión () Cuál?

Radio () Cuál?

Prensa Escrita () Cuál?

Vallas Publicitarias () Hojas volantes ()

Internet () Otros:

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

Mañana () Tarde ()

Noche ()

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

SI () NO ()

15. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Sorteos en fechas festivas () Descuentos ()

Producto gratis () Ofertas ()

Gracias por su Colaboración

Anexo 3: Encuesta para determinar la Oferta de los overoles de trabajo

Estimado amigo (a), con el propósito de cumplir con los requerimientos académicos de la Carrera de Administración de Empresas de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, me encuentro realizando una investigación de mercado con la finalidad de determinar el número de productores o comerciantes de overoles de trabajo, para lo cual precisamos de su información veraz y confiable.

1.- ¿Comercializa usted overoles de trabajo?

SI () NO ()

2.- ¿Qué tipos de overoles de trabajo comercializa usted?

Llanos () Con bolsillos ()

Con cierre () Con botones ()

Con gorro ()

Otros:

3.- ¿Qué tipos de overoles de trabajo es la más vendida?

Llanos () Con bolsillos ()

Con cierre () Con botones ()

Con gorro ()

Otros:

4.- ¿Qué cantidad de overoles de trabajo comercializa diariamente? (en unidades)

.....

.....

5.- ¿A qué precio comercializa cada overol de trabajo?

.....

6.- ¿Dónde adquiere usted los overoles de trabajo que usted comercializa?

Fábricas () Mercado () Otros:

7.- La forma que utiliza para realizar el pago de los overoles de trabajo es:

Al contado () Crédito () Otros:

8.- La comercialización de overoles de trabajo es:

Por Mayor () Por Menor () Otros:

9. ¿Qué medio publicitario usted prefiere para realizar la publicidad de su empresa?

Televisión	()	Radio	()
Prensa Escrita	()	Vallas Publicitarias	()
Hojas volantes	()	Internet	()
Otros:			

10. ¿La empresa ofrece promociones a sus clientes?

SI	()	NO	()
----	-----	----	-----

11. ¿Qué tipo de promociones ofrece la empresa a sus clientes?

Sorteos mensuales	()	Descuentos	()
Producto gratis	()	Ofertas	()

Gracias por su Colaboración

INDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	30
f. RESULTADOS	35
g. DISCUSIÓN	53
h. CONCLUSIONES	122
i. RECOMENDACIONES	123
j. BIBLIOGRAFÍA	124
k. ANEXOS	125
ÍNDICE	136