

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Tesis previa a la obtención del Título de:
Ingeniero Comercial**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS CON
SOBRANTES DE TELA, EN LA CIUDAD DE QUITO”**

AUTOR:

DANIELA CRISTINA CACUANGO ALBA

DIRECTOR:

HORACIO ALULEMA

Quito, enero del 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados y análisis realizados del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor

Quito, enero - 03 - 2013

Daniela Cristina Cacuango Alba

CC. 1722696117

DEDICATORIA

Porque de él, y por él, y para él, son todas las cosas. A él sea la gloria por los siglos. Amén. Romanos 11:36.

Esto es lo que he aprendido en el transcurso de mi vida y quiero reconocerlo en cada logro alcanzado. Dedico este proyecto de grado a Dios quien dio a mi vida un propósito y una esperanza. Él es mi más grande inspiración, mi guía, mi fortaleza y me ha dado todo lo que necesite para concluir con este trabajo.

A mis padres, César y María por ser quienes me brindan su amor, su estímulo, su apoyo constante y sobre todo por depositar su confianza en mí, son una gran bendición y los amo mucho.

A mis hermanos quienes han sido participes de todo lo que he vivido, el camino fue largo, pero llegué a culminar parte de lo que quiero ser. Yo no soy un ejemplo a seguir, pero quiero que sepan que les amo y que esto es solo una muestra de que en la vida todas las cosas son posibles si tenemos metas trazadas y que la vida sigue y son más las cosas que debemos aprender y disfrutar y que con la ayuda de Dios todo es posible.

A quienes nunca dudaron de que llegaría hasta aquí.

Daniela Cristina Cacuango Alba

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente los resultados de este proyecto, a la formación académica de la Universidad Politécnica Salesiana y a todas aquellas personas que, de alguna forma están ligadas a esta prestigiosa Institución.

Al Ec. Horacio Alulema por ayudarme con todo lo correspondiente a la tesis y por todas sus enseñanzas durante mi carrera.

Daniela Cristina Cacuango Alba

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
ESTUDIO DE MERCADO	4
1.1 Estructura de mercado	5
1.1.1 Área de mercado	5
1.2 Identificación del producto.....	6
1.2.1 Diseño del producto	7
1.3 Investigación de mercados	9
1.3.1 Objetivo de la investigación de mercados	9
1.3.2 Segmentación de mercados	9
1.3.3 Tamaño del universo	10
1.3.4 Tamaño de la muestra	14
1.3.5 Metodología de la investigación de campo	16
1.3.5.1. Análisis de las fuentes de información	16
1.3.5.2 Planeación de la investigación	18
1.4 Análisis de la demanda	33
1.4.1 Factores que afectan a la demanda.....	33
1.4.2 Demanda histórica.....	34
1.4.3 Demanda actual	36
1.4.4 Proyección de la demanda.....	37
1.5 Análisis de la oferta.....	42
1.5.1 Clasificación	42
1.5.2 Factores que afectan a la oferta	43
1.5.3 Comportamiento histórico de la oferta.....	43
1.5.4 Proyección de la oferta.....	44
1.6 Demanda insatisfecha.....	46
1.7 Determinación de la demanda cautiva	47
1.8 Análisis de precios	48

1.8.1	Método de estimación de precios.....	49
1.9	Comercialización del producto.....	51
1.10	Estrategias de mercadotecnia	52
1.10.1	Estrategia de producto	53
1.10.2	Estrategias para el precio.....	55
1.10.3	Estrategia para la plaza.....	56
1.10.4	Estrategias de promoción	57
CAPÍTULO II		60
ESTUDIO TÉCNICO		60
2.1	Determinación del tamaño del proyecto.....	61
2.1.1	Definición de la capacidad de producción	62
2.2	Análisis de la localización del proyecto	65
2.2.1	Análisis de la localización de la planta	65
2.2.1.1	Factores determinantes para la localización de la planta	66
2.2.2	Análisis y criterios de la macro localización.....	68
2.2.3	Análisis y criterios de la micro localización	70
2.2.4	Plano de micro localización	74
2.3	Ingeniería del proyecto.....	74
2.3.1	Proceso de producción	75
2.3.2	Diagrama de flujos	79
2.4	Programa del producto	83
2.4.1	Requerimiento de recursos humanos y mano de obra.....	83
2.4.2	Requerimiento de materiales e insumos.....	85
2.4.3	Requerimiento de activos fijos.....	87
2.4.4	Requerimiento de servicios básicos, equipos de protección, suministros de oficina, entre otros.....	90
2.4.5	Distribución física	92
2.5	Impacto ambiental	96
2.5.1	Medidas de mitigación	97
CAPÍTULO III.....		99
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....		99

3.1	Base legal	100
3.1.1	Constitución de la empresa	100
3.1.1.1	Características	101
3.1.1.2	Procedimiento para la constitución de la sociedad de responsabilidad limitada 103	
3.1.2	Titularidad de propiedad de la empresa	113
3.1.3	Tipo de empresa	114
3.1.4	Nombre o razón social.....	115
3.2	Base filosófica de la empresa	116
3.2.1	Misión.....	116
3.2.2	Visión	117
3.2.3	Principios y valores	119
3.3	Organización Administrativa	121
3.3.1	Estructura orgánica.....	121
3.3.2	Organigrama empresarial	122
3.3.2.1	Organigrama de la empresa	123
3.3.3	Descripción de funciones	126
	CAPÍTULOIV	130
	ESTUDIO FINANCIERO	130
4.1	Presupuestos	131
4.1.1	Activos fijos	131
4.1.1.1	Presupuesto de activos fijos	132
4.1.2	Capital de trabajo	132
4.2	Presupuesto de operaciones.....	134
4.2.1	Presupuesto de ingresos	134
4.2.1.1	Determinación del precio del producto.....	135
4.2.2	Presupuesto de egresos.....	137
4.3	Estructura de capital	140
4.4	Punto de equilibrio	144
4.5	Estados financieros.....	147
4.5.1	Balance general inicial	147

4.5.2	Estado de resultados proyectado	149
4.5.3	Flujo de fondos proyectado	151
4.5.4	Balance general proyectado	154
4.6	Evaluación financiera	156
4.6.1	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	156
4.6.2	Valor actual neto (VAN).....	157
4.6.3	Tasa interna de retorno (TIR)	159
4.6.4	Relación costo - beneficio.....	161
4.6.5	Periodo de recuperación de la inversión	163
	CONCLUSIONES	165
	RECOMENDACIONES	166
	BIBLIOGRAFÍA	167
	ANEXOS	170

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Zona geográfica del Norte de Quito.....	6
Gráfico N°2: Producto	8
Gráfico N° 3: Población por sexo Quito	11
Gráfico N° 4: Edad.....	23
Gráfico N° 5: Aceptación del nuevo producto.....	24
Gráfico N° 6: De qué depende de que usted adquiera otro bolso	25
Gráfico N° 7: Aspectos importantes al momento de compra.....	27
Gráfico N° 8: Frecuencia de compra.....	28
Gráfico N° 9: Tamaño del bolso	29
Gráfico N° 10: Inconvenientes al momento de compra	30
Gráfico N° 11: Lugar de compra.....	31
Gráfico N° 12: Cuanto gasta en un bolso.....	32
Gráfico N° 13: Canal de distribución.....	51
Gráfico N° 14: Ciclo de vida del producto	53
Gráfico N° 15: Tipos de capacidades.....	62
Gráfico N° 16: Mapa provincia de Pichincha	69
Gráfico N° 17: Situación Geográfica del Distrito Metropolitano de Quito	69
Gráfico N° 18: Mapa ubicación Av. la Prensa y Sabanilla.....	74
Gráfico N° 19: Proceso de confección	76
Gráfico N° 20: Diagrama gráfica ideal	94
Gráfico N° 21: Distribución en planta de maquinaria y equipo.....	95
Gráfico N° 22: Logotipo de la empresa	115
Gráfico N° 23: Estructura orgánica.....	121
Gráfico N° 24: Organigrama estructural	124
Gráfico N° 25: Organigrama funcional.....	125
Gráfico N° 26: Estructura de capital	140
Gráfico N° 27: Punto de equilibrio	146

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Segmentación de mercado	9
Cuadro N° 2: Población de Quito	10
Cuadro N° 3: Población Quito urbano según quintiles	11
Cuadro N° 4: Población del norte de Quito	12
Cuadro N° 5: Población del norte de Quito por sexo.....	12
Cuadro N° 6: Población por edades y sexo del norte de Quito.....	13
Cuadro N° 7: Cálculo de la población del sector urbano norte de Quito.....	13
Cuadro N° 8: Edad de los encuestados	22
Cuadro N° 9: Aceptación del nuevo producto	24
Cuadro N° 10: De qué depende de que usted adquiera otro bolso.....	25
Cuadro N° 11: Aspectos importantes al momento de compra	26
Cuadro N° 12: Frecuencia de compra	28
Cuadro N° 13: Tamaño del bolso.....	29
Cuadro N° 14: Inconvenientes al momento de compra	30
Cuadro N° 15: Lugar de compra	31
Cuadro N° 16: Cuanto gasta en un bolso	32
Cuadro N° 17: Aceptación de la propuesta.....	38
Cuadro N° 18: Demanda según la frecuencia de compra y la aceptación de la propuesta	39
Cuadro N° 19: Demanda mensual promedio	39
Cuadro N° 20: Demanda Histórica	40
Cuadro N° 21: Demanda actual	40
Cuadro N° 22: Proyección de la demanda	41
Cuadro N° 23: Proyección de la oferta	45
Cuadro N° 24: Demanda insatisfecha	46
Cuadro N° 25: Demanda cautiva	47
Cuadro N° 26: Precios de la competencia.....	49
Cuadro N° 27: Tiempo estimado en la elaboración del bolso.....	63
Cuadro N° 28: Capacidad de producción diaria y semanal	63
Cuadro N° 29: Capacidad de producción mensual.	64
Cuadro N° 30: Capacidad de producción anual.	64
Cuadro N° 31: Capacidad de producción anual de acuerdo al número de costureras.....	65
Cuadro N° 32: Matriz locacional	73
Cuadro N° 33: Recurso humano y mano de obra.....	84
Cuadro N° 34: Requerimiento de materia prima	85
Cuadro N° 35: Requerimiento de materiales directos.....	86
Cuadro N° 36: Requerimiento de materiales indirectos.....	86
Cuadro N° 37: Instalaciones y adecuaciones	87

Cuadro N° 38: Requerimiento de equipos de computación	87
Cuadro N° 39: Requerimiento de equipos de oficina	88
Cuadro N° 40: Requerimiento de maquinaria y equipo	88
Cuadro N° 41: Requerimiento de muebles y enseres administración.....	89
Cuadro N° 42: Requerimiento de muebles y enseres fábrica.....	89
Cuadro N° 43: Requerimiento de muebles y enseres ventas	90
Cuadro N° 44: Requerimiento de servicios básicos administración	90
Cuadro N° 45: Requerimiento de servicios básicos fábrica.....	90
Cuadro N° 46: Requerimiento de equipos de protección.....	91
Cuadro N° 47: Requerimiento de suministros de oficina	91
Cuadro N° 48: Requerimiento de publicidad.....	92
Cuadro N° 49: Consideraciones básicas para la misión.....	116
Cuadro N° 50: Consideraciones básicas para la visión.....	118
Cuadro N° 51: Matriz de los valores corporativos.....	119
Cuadro N° 52: Presupuesto de activos fijos.....	132
Cuadro N° 53: Capital de trabajo.....	133
Cuadro N° 54: Precio del producto	135
Cuadro N° 55: Presupuesto de ingresos.....	136
Cuadro N° 56: Presupuesto de egresos	138
Cuadro N° 57: Estructura de capital	140
Cuadro N° 58: Tabla de amortización Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao ...	142
Cuadro N° 59: Punto de equilibrio - costos	144
Cuadro N° 60: Punto de equilibrio.....	146
Cuadro N° 61: Balance general inicial.....	148
Cuadro N° 62: Estado de pérdidas y ganancias	150
Cuadro N° 63: Flujo de fondos con financiamiento	152
Cuadro N° 64: Flujo de fondos sin financiamiento.....	153
Cuadro N° 65: Balance general proyectado	155
Cuadro N° 66: Valor actual neto con financiamiento	158
Cuadro N° 67: Valor actual neto sin financiamiento	158
Cuadro N° 68: Tasa interna de retorno con financiamiento.....	159
Cuadro N° 69: Tasa interna de retorno sin financiamiento.....	160
Cuadro N° 70: Relación beneficio costo con financiamiento	161
Cuadro N° 71: Relación beneficio costo sin financiamiento	162
Cuadro N° 72: Recuperación de la inversión con financiamiento	163
Cuadro N° 73: Recuperación de la inversión sin financiamiento	164

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° I: Mano de obra	171
Anexo N° II: Materia prima	173
Anexo N° III: Materiales e insumos	174
Anexo N° IV: Materiales indirectos.....	175
Anexo N° V: Equipos de protección.....	176
Anexo N° VI: Suministros de oficina	177
Anexo N° VII: Publicidad.....	178
Anexo N° VIII: Gastos de constitución	178
Anexo N° IX: Depreciaciones.....	179
Anexo N° X: Mantenimiento	183

RESUMEN

En la actualidad, el mundo se encuentra en total cambio y, por ende, estamos en la era de la innovación y creatividad, en donde las diferentes necesidades, demandas y comportamientos promueven cambios dinámicos en las estructuras, formas, instrumentos y medios.

Es así como nace la idea de introducir al mercado bolsos confeccionados con sobrantes de tela, los cuales se pueden utilizar para las cosas personales y llevar también carpetas, cuadernos, botellas, laptops, etc. El mismo que se convertirá en un accesorio útil y de moda.

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad de la inversión para la creación de una empresa de confección y comercialización de bolsos con sobrantes de tela en la ciudad de Quito, los cuales están dirigidos a las mujeres de clase media y media alta.

A través de diferentes fuentes de información se dio inicio al planteamiento de variables relevantes a considerar para el desarrollo del proyecto, lo que nos permite tener una idea de nuestros posibles clientes.

INTRODUCCIÓN

El bolso es un artículo de gran importancia y belleza, de uso diario para las mujeres, los cuales tienen mucha aceptación en el mercado y, a su vez, son de gran facilidad de comercialización.

Grande o pequeño, con adornos o no, importado o nacional, el bolso es un accesorio femenino que cada día gana más espacio en el clóset de una mujer ecuatoriana. Tanto que ya no asombra ver una tienda especializada solo para la comercialización de este producto.

Es por esto que nace la idea creativa de crear una empresa de confección y comercialización de bolsos con sobrantes de tela como artículo innovador con originalidad en sus diseños, calidad en el producto y aprovechamiento de los retazos de telas.

La empresa ofrecerá al mercado modelos que sean prácticos y combinables de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes y a las tendencias de la moda.

La moda es un mundo en búsqueda de ideas innovadoras, y este accesorio siempre será imprescindible y necesario debido a que, en este tipo de accesorio pueden llevar sus objetos personales y realzar la belleza en una mujer.

El documento se encuentra dividido en 4capítulos y cada uno de ellos subdividido en diferentes secciones.

En el primer capítulo se encuentra el Estudio de Mercado, en el cual se pudo determinar que existe un 95 % de aceptación del producto en el mercado, y a través del estudio de la demanda y oferta, se definió que la existencia de la demanda insatisfecha.

En el segundo capítulo se realizó el Estudio Técnico, en donde se muestra la mejor ubicación de la empresa que será en el sector norte de la ciudad de Quito, su dirección es Av. de la Prensa y Sabanilla, también aquí se determinó la maquinaria, mano de obra, materia prima, entre otros aspectos importantes para la funcionalidad de la empresa.

En el tercer capítulo se desarrolló el Estudio Legal y Organizacional, aquí se estableció que el tipo de sociedad a conformarse será la Compañía Limitada, y se detallaron los requerimientos y procedimientos para su funcionamiento, también se estableció la misión, visión, valores y el organigrama de la empresa.

En el cuarto capítulo consta el Estudio Financiero, se estableció que la inversión inicial será de \$55.784,49; dicho monto será financiado en un 78% por aportaciones de los socios y el resto mediante un crédito. Aquí se determinó los presupuestos de ingresos y egresos, capital de trabajo, punto de equilibrio, estados de resultados proyectados, flujos de efectivo, y también se determinó la TMAR que es de 16,68% sin financiamiento y 16,17% con financiamiento, la TIR de 112,95%con financiamiento y 96,15% sin financiamiento, la relación beneficio costo de \$1,77 y \$2,68 con y sin financiamiento respectivamente. Los cuales nos sirvieron para determinar la situación del proyecto, que en este caso nos indicó que es favorable.

Luego de terminar con el desarrollo de todos los capítulos se obtuvo que el proyecto de una empresa de confección y comercialización de bolsos con sobrantes de tela en la ciudad de Quito, es factible, por lo que se recomienda la ejecución del mismo.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal del estudio, se refiere a la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y la comercialización. En algunos productos la cuantificación de la oferta y la demanda puede obtenerse fácilmente de fuentes de información secundaria; pero, siempre es recomendable la investigación de fuentes primarias, pues proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos.

Con el estudio de mercado, se pretende verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. “Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”¹

Para el estudio del mercado se reconocen las siguientes variables fundamentales:

- Análisis de la Oferta
- Análisis de la Demanda
- Análisis de Precios
- Análisis de Comercialización

¹Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto.* (3era ed). México: Mcgraw Hill. p. 14

1.1 Estructura de mercado

Una estructura de mercado detalla las principales características de un mercado, en el que los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo un sin número de transacciones.

Uno de los factores determinantes para el éxito de nuestro proyecto, es que nuestro producto tenga mercado y sea solicitado por el cliente para satisfacer una necesidad específica, por tal motivo, es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera nos va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer en el mercado.

1.1.1 Área de mercado

Para efectos de estudio de factibilidad de este proyecto se ha considerado necesario determinar la zona geográfica del mercado, el cual está ubicado en el norte de la ciudad de Quito, debido a que en ese sector se encuentra la empresa y su punto de venta, el cual está ubicado en la Av. de la Prensa y Sabanilla, sector Cotocollao, donde los clientes podrán adquirir el producto.

A continuación se presentan el mapa del Norte de Quito.

Gráfico N°1: Zona geográfica del Norte de Quito.



Fuente: Mapas de Quito
Elaborado por: Daniela Cacuango

1.2 Identificación del producto

"Un *producto* es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaques, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos."²

El producto que la empresa va a comercializar son bolsos confeccionados con sobrantes de tela, lo que le convierte en un producto innovador, el cual le puede servir para guardar objetos como: una computadora portátil, frutas, cuadernos, entre otras, los bolsos serán elaborados con la más alta calidad de diseños y colores.

² Thompson, I. (2009). *Definición del producto*. Disponible en <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>

El producto será elaborado con telas de calidad, de distintos colores y texturas que se confeccionará bajo normas de calidad, así como también dependerá de la creatividad empleada por los trabajadores. Los productos ofrecidos van enfocados hacia el mejoramiento continuo de cada joven, optimizando los recursos disponibles a través del trabajo en equipo.

1.2.1 Diseño del producto

La elaboración de cada diseño de bolso será hecho tomando en cuenta algunos de los gustos y preferencias de los clientes, y a la moda actual.

Se trata de un conjunto de bolsos con aire juvenil, hechos de tela y con un diseño moderno, de diversos colores. En lo posible, cada un tiempo determinado se irá creando nuevos diseños para tratar de dar una nueva perspectiva del bolso, la moda, las costumbres, y posición social a cada mujer.

Los atributos y beneficios del producto son:

- Materias primas: retazos de tela, forro.
- Adornos: cadena de plata y botones de plata.
- El diseño es más elegante.
- Existe variedad de colores en las telas
- Son muy cómodos
- Diseños diferenciados por la combinación de materiales
- Son bolsos a un precio económico

Se ofertará dos modelos de bolsos en el mercado:

Modelo 1: Este bolso será de tamaño mediano de forma cuadrada sus medidas serán 50 cm de ancho y 40cm de largo, con tiras a los lados, tendrá un botón de flor color plata en el centro y en el lado derecho una cadena de plata que dará un enfoque de elegancia.

Modelo 2: Bolso de tamaño mediano de forma cuadrada, las medidas son 50 cm de ancho y 40cm de largo, las tiras serán una en la parte delantera y la otra en la parte posterior, en este bolso se tendrá un botón redondo color plata en el centro y en el lado derecho se colocará una cadena de plata dando un enfoque especial.

Los bolsos serán elaborados con retazos de tela y tendrán el forro en su interior, además, se va colocar la etiqueta con el nombre de la empresa.

Gráfico N°2: Producto



Elaborado por: Daniela Cacuango.

1.3 Investigación de mercados

1.3.1 Objetivo de la investigación de mercados

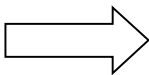
Conocer el grado de aceptación de la nueva empresa que estará dedicada a la producción y comercialización de bolsos para mujeres hechos con retazos de tela de distintos colores y texturas.

1.3.2 Segmentación de mercados

“La segmentación consiste en la división del mercado de referencia, en grupos uniformes con el propósito de identificar de mejor manera las necesidades”³

El segmento de mercado de este proyecto serán todas las mujeres que residan en el norte de la ciudad de Quito, en edades comprendidas de 15 a 29 años de edad, de clase económica media a media alta. Como se muestra en el cuadro N° 1.

Cuadro N° 1: Segmentación de mercado

MERCADO		SEGMENTO
Mujeres que		Mujeres de 15 a 29 años
Viven en el		de clase media a media alta
Norte de Quito		que residan en el Norte de Quito

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango.

Para realizar la investigación se aplicará el método de la encuesta, que es un cuestionario cuya estructura se da a una muestra de la población para poder obtener información específica.

³Schiffman, L. (1997). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pertice Hall. p. 32

1.3.3 Tamaño del universo

“Se recomienda para cualquier estudio de mercado que el investigador debe delimitar el ámbito de su estudio, para lo cual es necesario especificar y determinar claramente la población o universo que desea investigar.”⁴

En este caso, el universo de estudio de la investigación se encuentra delimitado geográficamente en el Distrito Metropolitano de Quito, por lo tanto, el mercado objetivo de la investigación son jóvenes cuyas edades oscilen entre los 15 y 29 años de edad.

A continuación se presenta un cuadro que indica la población total de Quito, dividida entre hombres - mujeres, y por área urbana - rural.

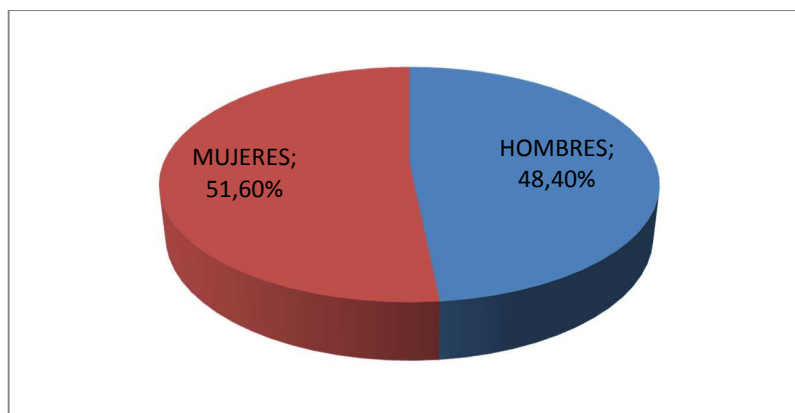
Cuadro N° 2: Población de Quito

AREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	1'619.146	783.616	835.530
URBANA	1'607.734	778.093	829.641
RURAL	11.412	5.523	5.889

Fuente: INEC
Elaborado por: Daniela Cacuango

⁴ Jiménez, C. y otros. (1997). *Programa De Capacitación En Liderazgo Educativo*. Quito. p.117

Gráfico N°3: Población por sexo Quito



Fuente: INEC
Elaborado por: Daniela Cacuango

A continuación se presenta un cuadro donde se encuentra el detalle de la población por quintiles del Quito urbano.

Cuadro N° 3: Población Quito urbano según quintiles

QUINTILES (*)	TOTAL	CLASE SOCIAL	%	% CLASE MEDIA Y MEDIA ALTA
QUITO URBANO	1.607.734		100,00%	
Quintil 1	241.642	BAJA	15,03%	
Quintil 2	400.326	MEDIA BAJA	24,90%	
Quintil 3	375.245	MEDIA	23,34%	} 42,22%
Quintil 4	303.540	MEDIA ALTA	18,88%	
Quintil 5	286.981	ALTA	17,85%	

* La población correspondiente a cada quintil, resulta del cálculo de los quintiles según el ingreso per cápita de los hogares a los que pertenecen

Fuente: INEC
Elaborado por: Daniela Cacuango

A continuación se presenta la población del norte de Quito por parroquias según los datos obtenidos del INEN.

Cuadro N° 4: Población del norte de Quito

SECTOR	POBLACIÓN
EUGENIO ESPEJO	
BELISARIO QUEVEDO	45.370
MARISCAL SUCRE	12.976
IÑAQUITO	44.149
RUMIPAMBA	31.300
JIPIJAPA	34.677
COCHAPAMBA	57.679
CONCEPCION	31.892
KENNEDY	70.041
SAN ISIDRO DEL INCA	42.071
LA DELICIA	
COTOCOLLAO	31.263
PONCEANO	53.892
COMITE DEL PUEBLO	46.646
EL CONDADO	85.845
CARCELEN	54.938
TOTAL	642.739

Fuente: INEC

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 5: Población del norte de Quito por sexo.

POBLACIÓN NORTE DE QUITO		
MUJERES (51,60%)	HOMBRES (48,40%)	TOTAL (100%)
331.673	311.066	642.739

Fuente: INEC

Elaborado por: Daniela Cacuango

A través de la clasificación de la población por edad y género se puede precisar de forma más clara los clientes que requieren el producto.

Cuadro N° 6: Población por edades y sexo del norte de Quito

	POBLACION POR EDADES			
	15-19	20-24	25-29	TOTAL
TOTAL	62.533	63.674	58.925	185.133
HOMBRES	30.264	30.816	28.518	92.066
MUJERES	32.269	32.858	30.407	93.066

Fuente: INEC

Elaborado por: Daniela Cacuango

Como ya mencionó anteriormente, nuestro nicho de mercado son las mujeres del norte de Quito en edades comprendidas entre los 15 y 29 años, de clase media y media alta, se resume en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 7: Cálculo de la población del sector urbano norte de Quito

	TOTAL
Mujeres entre 15 y 29 años de clase media y media alta.	39.293

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda

Elaborado por: Daniela Cacuango

1.3.4 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta la población urbana femenina de 15 a 29 años de edad, de clase media y media alta, del norte de Quito (Cuadro N°7), no es necesario incluir en el análisis la población total de Quito, ni las poblaciones suburbanas debido a que la empresa y su principal punto de venta se encuentra en el norte de la ciudad. Esto obliga a que la muestra sea levantada en el norte de Quito donde habitan las futuras clientes.

El cálculo de la muestra es tomado para una población finita que define al número de habitantes que son consideradas necesarias para este estudio.

Para determinar la muestra, se considera los siguientes puntos:

- Grado de que ocurra o no el evento que en este caso equivale a $p = 0,5$ y $q = 0,5$.
- El segmento de mercado se va a enfocar a las mujeres entre 15 y 29 años del norte de la ciudad de Quito.
- Saber que acogida tendrá el producto en un tiempo determinado.
- Saber cuáles son las necesidades que poseen en la actualidad las personas que requieren del producto.

Fórmula:

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

DONDE:

n = Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

Z= Valor de la curva de gauss (normalizada) para un cierto nivel de confianza.

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e=Margen de error.

DATOS:

n = ?

N= 39.293

Z= 95% = 1,96

p= 0,5

q= (1-p) = 0,5

e=5%

De donde el tamaño de la muestra es igual a:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 39.293}{(0,05)^2 * (39.293 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{37737}{99,19}$$

$$n = 381$$

Obteniendo así que el número de encuestas a realizarse a un nivel de confianza del 95% será de 381 encuestas.

1.3.5 Metodología de la investigación de campo

1.3.5.1. Análisis de las fuentes de información

Para determinar las necesidades específicas y buscar alternativas de solución en el mercado, se utilizan las fuentes de información para establecer la oferta y demanda existente en el medio.

- **Fuentes primarias**

Los datos primarios deberán proporcionar toda aquella información dirigida al problema de investigación, y que no pudieron ser obtenidos de fuentes secundarias. “Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo”.⁵

A continuación se detalla las fuentes primarias que se utiliza en este proyecto:

Encuesta:

La encuesta se la utilizará para obtener información directa del segmento femenino en el norte de la ciudad Quito mediante el uso de un cuestionario que presenta las preguntas en un orden predeterminado acerca del nivel de predisposición a adquirir un bolso elaborado con retazos de tela.

⁵Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto.* (3era ed). México: Mcgraw Hill. p. 29.

Observación:

La observación es un método por el cual se podrá observar directamente la conducta del usuario y nos permitirá obtener un registro sobre la competencia que se observa en el mercado, además, de la posible demanda que se presentará y sobre los patrones conductuales del segmento femenino de Quito.

- **Fuentes secundarias**

“Las fuentes secundarias son aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de las empresas y otras.”⁶

La información obtenida a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), ha permitido conocer como está distribuida la población de la ciudad de Quito, diferenciada por sexo, área de residencia, edades agrupadas e individuales.

En el Distrito Metropolitano de Quito se obtuvo la tabla de Barrios, Urbanizaciones y Asentamientos según administradores zonales y parroquia, dichos datos sirvieron para determinar cómo se encuentra dividida demográficamente la ciudad por sectores.

Otras fuentes de datos secundarios son las páginas de internet, que son de fácil acceso a información de temas actuales, y relacionados con el objeto de esta propuesta, como la página del museo del bolso donde se encontrarán diferentes formas, tamaños, diseños de bolsos; además, de revistas de moda y periódicos, han permitido tener una idea clara sobre las tendencias del segmento femenino en la compra de accesorios, como los bolsos.

⁶Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto*. (3era ed). México: Mcgraw Hill. p. 19.

1.3.5.2 Planeación de la investigación

Para el presente trabajo se va utilizar un muestreo no probabilístico por conveniencia; ya que como su nombre lo indica, se seleccionan con base en la conveniencia del investigador, para lo cual se va solicitar la opinión de las personas que transitan en los centros comerciales y a estudiantes de las universidades. La investigación se debe realizar a las personas que cumplen con las condiciones establecidas como características para el mercado objetivo entre las que encontramos: edad comprendida entre 15 y 29 años, de clase social media y media alta. Las encuestas se realizarán a 381 personas en un periodo de cinco días entre laborales y fines de semana y se espera que aproximadamente a cada persona le tome contestarla en promedio entre 4 y 6 minutos.

- **Diseño del cuestionario**

La encuesta fue diseñada con preguntas relevantes y de suma importancia para recolectar información relacionada con el punto de vista de los encuestados sobre gustos y hábitos de compra. Las preguntas son de selección múltiple, para que el encuestado elija la opción más adecuada según su criterio.

La información servirá de base para tomar decisiones al respecto. Las encuestas realizadas son dirigidas a mujeres entre 15 y 29 años, de clase social media y media alta, del área urbana del norte de Quito.

A continuación se muestra el cuestionario de la encuesta que está formado por 8 preguntas, las mismas permiten saber si es factible o no la aplicación del proyecto.

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Obtener información calificada para evaluar la aceptación en el mercado de la venta de bolsos confeccionados con sobrantes de tela en Quito. El tratamiento que se dará a esta información, tendrá el carácter de confidencial, ya que esta es parte de un proyecto académico, por lo que solicitamos responder con absoluta libertad.

INFORMACION GENERAL:

Instrucciones: Las siguientes preguntas tendrán algunas opciones de las cuales elegirá la que considere y deberá marcar con una X.

EDAD	
15-19	<input type="checkbox"/>
20-24	<input type="checkbox"/>
25-29	<input type="checkbox"/>

1.- ¿Si a usted le ofrecen un bolso innovador, confeccionado con sobrantes de Tela que contribuyen al cuidado del medio ambiente, lo compraría?

SI ()

NO ()

Si su respuesta es no, agradecemos por su colaboración

2.- ¿De qué depende de que usted adquiera otro bolso?

Cambio de modelo – moda ()

El Bolso que tiene, está viejo – necesidad ()

Gustos y Preferencias ()

3.- Señale los aspectos que usted considera más importantes a la hora de comprar un bolso, máximo tres:

Diseño ()

Accesorios (botones, cierres, etc.) ()

Calidad ()

Precio ()

Tamaño ()

Marca ()

4.- ¿Si encuentra variedad en bolsos y poseen los aspectos mencionados en la pregunta anterior, con qué frecuencia compraría un bolso?

Una vez al Mes ()

Cada tres meses ()

Cada seis meses ()

Una vez al año ()

Mayor a un año ()

5.- Señale el tamaño de bolso que usted utilice más a menudo:

Pequeño ()

Mediano ()

Grande ()

6.- ¿Cuáles son los principales inconvenientes que se le presentan al momento de adquirir un nuevo bolso?

El/los que quería comprar estaban muy caros ()

Los diseños que ofrecen los lugares no me gustan ()

Las características que se ofrecen no se adaptan a lo que necesito ()

7.- ¿En qué lugar le gustaría comprar este tipo de bolsos?

Islas en centros comerciales ()

Internet ()

Almacenes fuera de centros comerciales ()

Catálogo ()

8.- ¿Aproximadamente cuánto gasta en adquirir un bolso?

Menos de 10 dólares ()

De 11 a 20 dólares ()

De 21 a 30 dólares ()

Más de 30 dólares ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

- **Aplicación de la encuesta**

La encuesta fue aplicada a 381 encuestados, fueron realizadas en algunos centros comerciales como: Centro Comercial Iñaquito, Condado Shopping, Quicentro, El Jardín, y en las universidades como: Universidad Politécnica Salesiana y Universidad Tecnológica Equinoccial.

- **Tabulación y análisis de los datos**

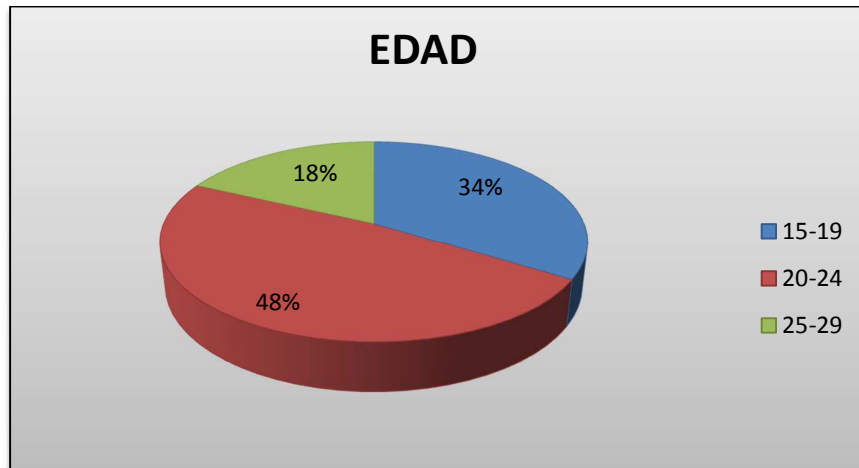
Cuadro N° 8: Edad de los encuestados

EDAD		
OPCIÓN	FRECUENCIA	%
15-19	129	33,83
20-24	183	48,12
25-29	69	18,05
TOTAL	381	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°4: Edad



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Como se puede observar en el gráfico anterior, se muestra el porcentaje de mujeres según edad, el mayor número de mujeres encuestadas se encuentran entre los 20 y 24 años de edad.

1.- ¿Si a usted le ofrecen un bolso innovador, confeccionado con sobrantes de tela que contribuyen al cuidado del medio ambiente, lo compraría?

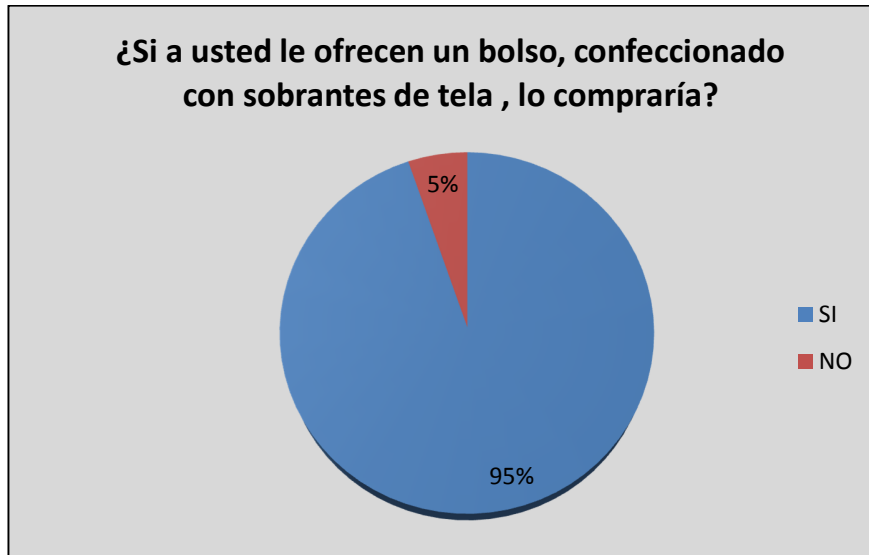
Cuadro N° 9: Aceptación del nuevo producto

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	361	94,74
NO	20	5,26
TOTAL	381	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°5: Aceptación del nuevo producto



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

El nivel de aceptación que se obtuvo del nuevo producto es del 95%, lo que indica que ellos serían nuestros posibles clientes.

2.- ¿De qué depende de que usted adquiera otro bolso?

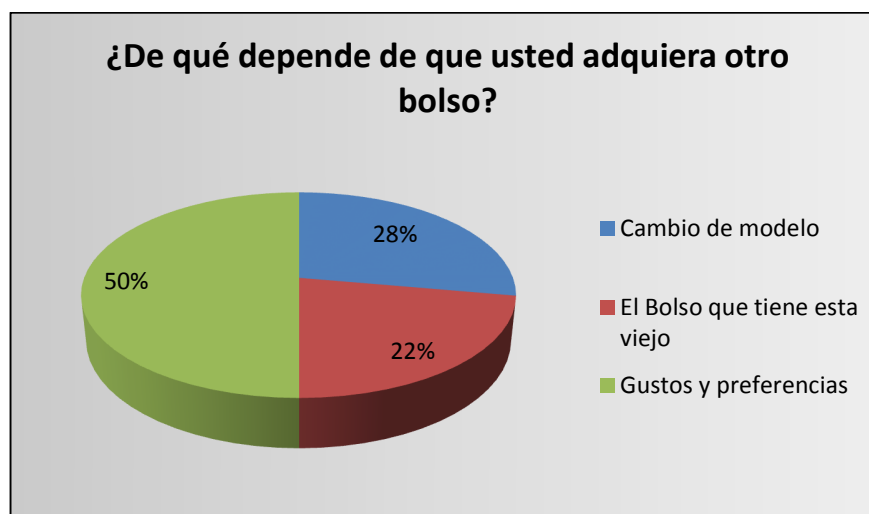
Cuadro N° 10: De qué depende de que usted adquiera otro bolso

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Cambio de modelo	100	27,78
El Bolso que tiene esta viejo	80	22,22
Gustos y preferencias	180	50,00
TOTAL	361	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacungo

Gráfico N°6: De qué depende de que usted adquiera otro bolso



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacungo

En este caso se obtuvo que el 50% de las mujeres encuestadas adquieren un nuevo bolso por gustos y preferencias personales, seguido por el 28% que compran por moda y el 22% adquieren uno nuevo cuando el bolso que tienen esta viejo.

3.- Señale los aspectos que usted considera más importantes a la hora de comprar un bolso, máximo tres:

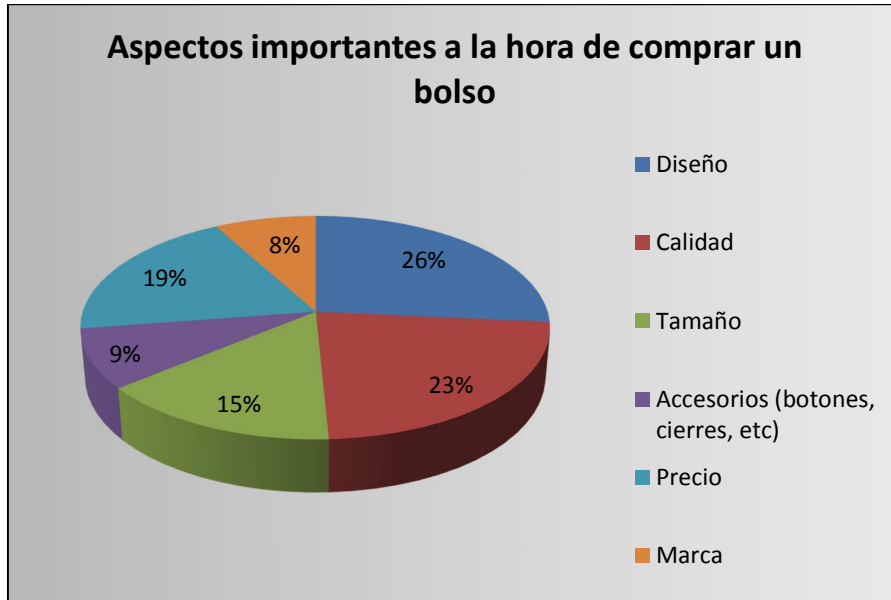
Cuadro N° 11: Aspectos importantes al momento de compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Diseño	96	26,46
Calidad	82	22,77
Tamaño	53	14,77
Accesorios (botones, cierres, etc)	31	8,62
Precio	70	19,38
Marca	29	8,00
TOTAL	361	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°7: Aspectos importantes al momento de compra



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Los aspectos más importantes que las mujeres consideran al momento de comprar un bolso son principalmente el diseño y la calidad, los cuales tienen un porcentaje de 26% y 23% respectivamente, seguido por el precio con un 19%, y tamaño un 15%. También se obtuvo que los de menor importancia son los accesorios y la marca.

4.- ¿Si encuentra variedad en bolsos y poseen los aspectos mencionados en la pregunta anterior, con qué frecuencia compraría un bolso?

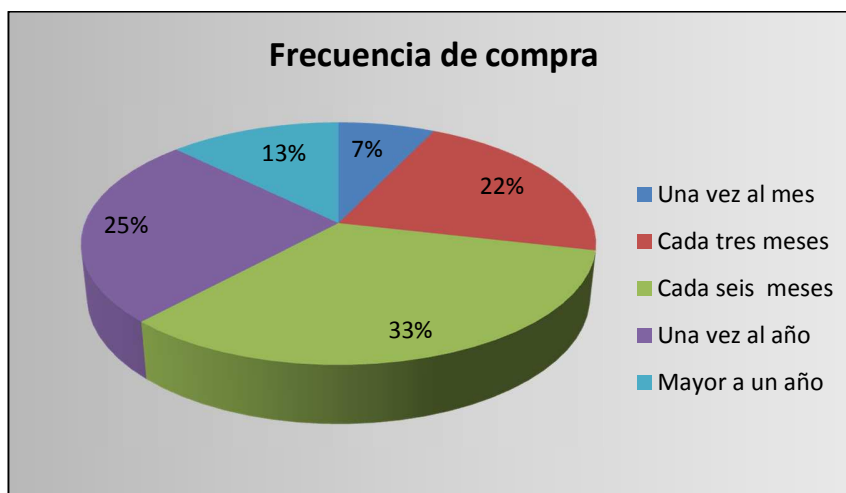
Cuadro N° 12: Frecuencia de compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Una vez al mes	26	7,14
Cada tres meses	77	21,43
Cada seis meses	120	33,33
Una vez al año	92	25,40
Mayor a un año	46	12,70
TOTAL	361	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°8: Frecuencia de compra



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

El 33% de las mujeres compran un bolso cada seis meses; es decir, aproximadamente 2 bolsos al año, y también existe un 25% de mujeres que compran un bolso al año.

5.- Señale el tamaño de bolso que usted utilice más a menudo:

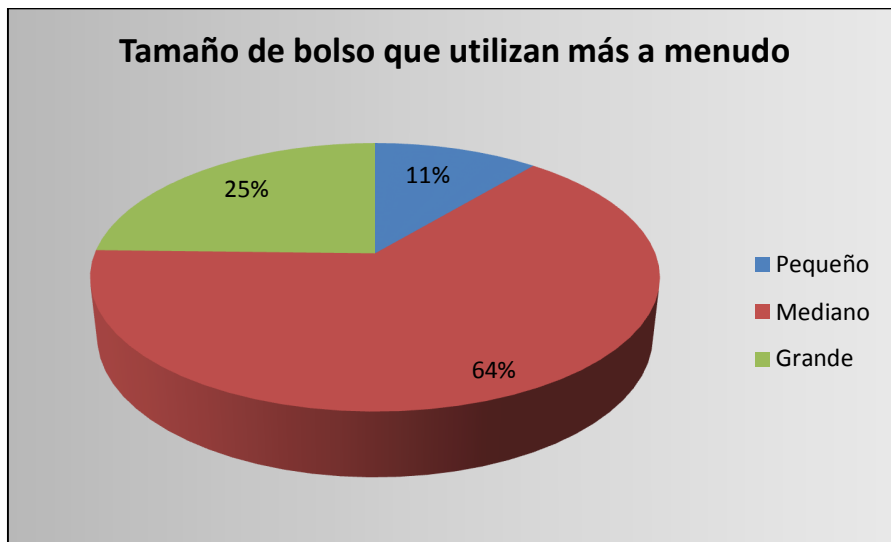
Cuadro N° 13: Tamaño del bolso

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Pequeño	40	11,11
Mediano	232	64,29
Grande	89	24,60
TOTAL	361	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°9: Tamaño del bolso



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Según el gráfico propuesto se obtiene que existe una alta tendencia a la compra de bolsos medianos, y que muy pocas mujeres utilizan los bolsos pequeños; este hallazgo permite determinar el tamaño del bolso que se pondrá a la venta, el cual será mediano.

6.- ¿Cuáles son los principales inconvenientes que se le presentan al momento de adquirir un nuevo bolso?

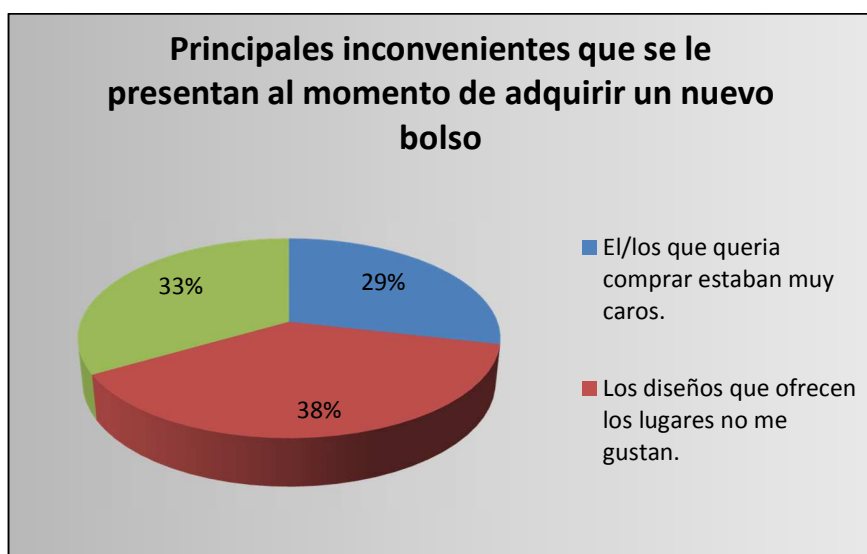
Cuadro N° 14: Inconvenientes al momento de compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
El/los que quería comprar estaban muy caros.	103	28,57
Los diseños que ofrecen los lugares no me gustan.	138	38,10
Las características que se ofrecen no se adaptan a lo que necesito	120	33,33
TOTAL	361	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°10: Inconvenientes al momento de compra



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

En esta pregunta podemos observar en el gráfico que el 38% de las mujeres encuestadas indicaron que el principal inconveniente al momento de adquirir un nuevo bolso es que no les gusta los diseños que les ofrecen en algunos lugares y un 33% indicaron que las características que les ofrecen no se adaptan a lo que necesitan.

7.- ¿En qué lugar le gustaría comprar este tipo de bolsos?

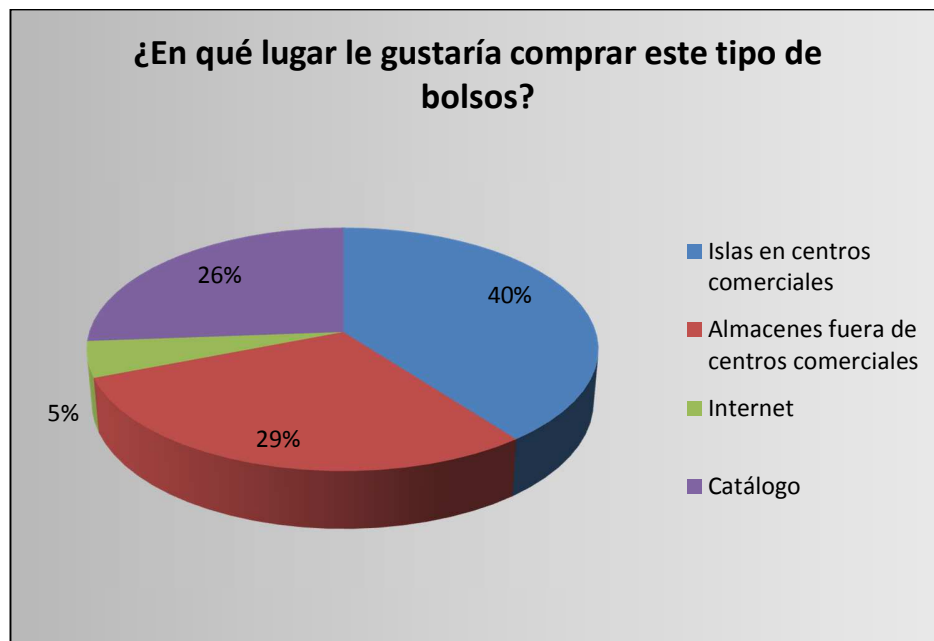
Cuadro N° 15: Lugar de compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Islas en centros comerciales	143	39,68
Almacenes fuera de centros comerciales	106	29,37
Internet	17	4,76
Catálogo	95	26,19
TOTAL	361	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°11: Lugar de compra



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

El resultado obtenido fue que el internet no es considerado como medio de venta para este producto, y que prefieren comprar en islas en centros comerciales.

8.- ¿Aproximadamente cuánto gasta en adquirir un bolso?

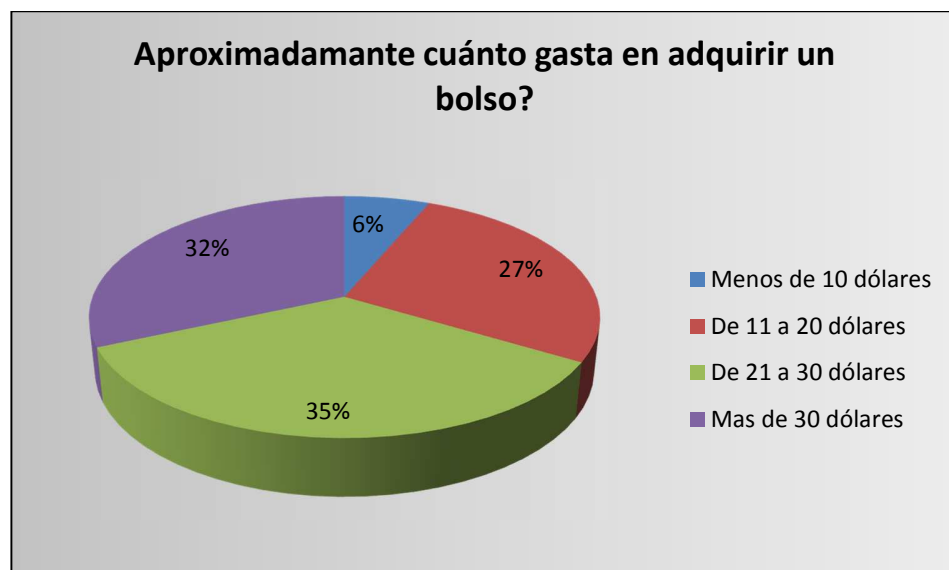
Cuadro N° 16: Cuanto gasta en un bolso

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Menos de 10 dólares	23	6,37
De 11 a 20 dólares	98	27,15
De 21 a 30 dólares	126	34,90
Más de 30 dólares	114	31,58
TOTAL	361	100,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°12: Cuanto gasta en un bolso



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Del total de mujeres, el 35% gastan de \$21 a \$30 dólares, el 27% de \$11 a \$20 dólares, el 32% paga por un bolso más de \$30 dólares, y menos de \$10 dólares gasta el 6%.

Por lo tanto, el número de clientes potenciales estarán dispuestos a comprar el producto al precio de \$21 a \$30 dólares.

1.4 Análisis de la demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”⁷

El principal propósito que se persigue es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al producto, así como determinar la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda.

1.4.1 Factores que afectan a la demanda

- Población y el número de compradores: esto se refiere a la cantidad de población en un determinado lugar, menos población menos consumidores y viceversa.
- Cambios en el precio: La elevación de precios hace que exista menos demandantes, ya que la población está buscando donde comprar más barato, lo cual también significa que algunos productores perderán demandantes.
- Gustos y Preferencias: Esto dependerá de la decisión que cada persona escoja según sus preferencias, lo que puede ocasionar perdidas de clientela en el negocio si el producto no satisface a la demanda.
En cuanto a los accesorios de mujer nunca van a pasar de moda ya que es parte del estilo de vida de toda joven.
- Nivel de Ingreso: “El incremento del nivel de ingresos, típicamente conducirá a un incremento de la demanda”⁸
- Factores externos: estos son por ejemplo: el clima, las temporadas en el año, la moda, etc. que determinaran, en gran parte, la demanda de los bienes.

⁷ Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto*. (3era ed). México: Mcgraw Hill. p.7

⁸ Meneses, E. (2001). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. (3ra. ed). Quito: Cámara Ecuatoriana del libro

1.4.2 Demanda histórica

“La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad. El objeto del análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución con el fin de tener un elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre”.⁹

Para dar una breve reseña histórica del bolso, es muy posible que naciera en la prehistoria, ya que se usaron en ese tiempo para llevar utensilios y comida de un lado a otro.

Si se busca referencias sobre los bolsos podemos irnos a la antigua Grecia, en la que los mismísimos héroes tenían bolsos como cuenta la historia de Perseo, que usó un bolso mágico para guardar la cabeza de Medusa.

En un fragmento de la Biblia se habla del bolso como un elemento de adorno, exactamente relata lo siguiente “En aquel día el Señor quitará los adornos de los tobillos, las diademas, las lunetas, los aretes, los brazaletes, los velos, los adornos de la cabeza, los adornos de los pies, las cintas, los frascos de perfume, los amuletos, los anillos, las joyas de la nariz, las ropas festivas, los mantos, los pañuelos, los bolsos, los espejos, la ropa íntima, los turbantes y las mantillas.”

Con la Revolución Industrial, a principios del siglo XIX, el bolso vivió un gran auge. El avance tecnológico permitía la fabricación de nuevos tipos de bolsos, y la generalización de los viajes en tren aumentó enormemente la demanda.

⁹Rojas, S. (2009). *Análisis de la Demanda*. Disponible en <http://www.buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>

La realidad es que el bolso sigue sirviendo para lo mismo, aunque en cada época se llevaba en su interior distintos elementos.

En efecto, la información estadística histórica de la fabricación de bolsos para damas no existe; sin embargo, por obvias razones, hay un comportamiento de uso de bolsos las mismas que tienen una gama de detalles basados en cuero y tela las mismas que fueron elaboradas a nivel artesanal.

El bolso y la cartera están identificados en las diferentes ciudades del país para ser usadas en diferentes momentos y eventos, ya sea por la comodidad, atractivo y originalidad.

1.4.3 Demanda actual

“Demanda ejercida realmente en los mercados, que no tiene por qué coincidir con la demanda prevista o esperada”¹⁰

Cuando se dispone de información estadística resulta fácil conocer el monto y el comportamiento histórico de la demanda, y en este caso la investigación de campo servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, es decir, sobre las preferencias y los gustos del consumidor. Cuando se carece de estadísticas, lo cual es frecuente en muchos productos, la información de campo constituye el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda.

Para analizar la demanda potencial de una posible producción de bolsos, se considerarán las presentaciones con las que la fábrica tiene previsto en el mercado.

Ley de la demanda

- A menor precio, la cantidad demandada es mayor.
- A mayor precio, la cantidad demandada es menor.

¹⁰Kloter, P y Armstrong G.(2003).*Fundamentos de Marketing*. (6ta. ed) México: Pearson Educación.

1.4.4 Proyección de la demanda

El perfil del sector de la demanda está dado por el segmento femenino urbano del Distrito Metropolitano de Quito, cuyas edades oscilan entre los 15 a 29 años, de clase media y media alta.

Determinación de la demanda

Para cuantificar la demanda, se ha recurrido a fuentes de información secundaria como lo es el INEC, en donde, a través de su Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGHU), proporciona un dato acerca del gasto en consumo que realiza la ciudad de Quito en la compra de prendas de vestir y calzado, pero al ser este dato muy general, ya que no existe un porcentaje específico sobre el consumo de bolsos, no se lo puede usar en el cálculo de la demanda.

Como se ha demostrado que no se cuenta con datos históricos sobre la demanda de bolsos, o el consumo de los mismos en la ciudad de Quito, se procederá a la estimación de la misma partiendo de los datos obtenidos en la investigación de mercado.

Es así que la demanda esperada para el bolso de retazos se calculó en función del universo tomado para la investigación, de 39.293 mujeres de 15 a 29 años de la ciudad de Quito según el INEC, tomando como referencia la respuesta obtenida en la pregunta N° 1 de la investigación sobre el porcentaje de aceptación de la propuesta de creación del negocio, se determina que un 95% de mujeres jóvenes están dispuestas a adquirir el bolso de retazos, tal como se demuestra el siguiente cuadro:

Cuadro N° 17: Aceptación de la propuesta

SEGMENTO SELECCIONADO	% DE ACEPTACION DE LA PROPUESTA	DEMANDA POTENCIAL POR NIVEL DE ACEPTACION
39.293	94,74	37.225

Fuente: INEC e investigación realizada
Elaborado por: Daniela Cacuango

Con el fin de determinar de manera cuantitativa la demanda potencial de bolsos, se ha tomado como referencia la pregunta cuatro de la investigación de mercados donde se establecen las frecuencias de compra del segmento femenino, el cual está compuesto de la siguiente manera:

Número de bolsos por año:

Semestral 33%	—————>	2 bolsos
Anual 25%	—————>	1 bolso
Trimestral 22%	—————>	4 bolsos
Mensual 7%	—————>	12 bolsos

Conformándose así el mercado potencial con el número respectivo de demanda de bolsos.

Partiendo de la demanda por aceptación:

Cuadro N° 18: Demanda según la frecuencia de compra y la aceptación de la propuesta

FRECUENCIA	PORCENTAJE	CANTIDAD DE MUJERES	NUMERO DE BOLSOS	CANTIDAD DE BOLSOS
MENSUAL	7	2.659	12	31.907
TRIMESTRAL	21	7.977	4	31.907
SEMESTRAL	33	12.408	2	24.816
ANUAL	25	9.454	1	9.454
TOTAL	87	32.498	19	98.084

Nota: el 13% de mujeres que compran con una frecuencia mayor a un año no se consideró pues la compra es muy eventual.

Fuente: INEC e investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Se obtiene como dato final que de las 39.293 mujeres, dada la frecuencia de compra, el mercado potencial es de 32.498 mujeres al primer año, quedando el otro 13% restante fuera del mercado potencial, pues la frecuencia de compra es mayor a un año y se considera que su compra es muy eventual; determinándose así que el número potencial de bolsos a ser comprados son 98.084, como se lo detallo en el cuadro N° 18.

Para tener una mejor visión acerca de la demanda potencial de bolsos, se ha procedido al cálculo de la demanda potencial mensual promedio de bolsos, quedando así:

Cuadro N° 19: Demanda mensual promedio

DEMANDA MENSUAL PROMEDIO
8.174

Es importante señalar que la compra de bolsos no está ligada a un comportamiento estacional o temporal, debido a que se registra compras durante todos los meses del año.

Para la proyección de la demanda se ha tomado como año base (Año 0) 2012, ya que en este se realizará pruebas y estudios, la proyección será realizada para cinco años, la demanda potencial es de 32498 mujeres, la tasa de crecimiento poblacional es del 1,52%.

La fórmula que se va utilizar es la siguiente:

$$\text{Valor Futuro} = \text{VA} (1+i)^n$$

VA = Población inicial del año base

i = Tasa de crecimiento anual

n = número de años

Cuadro N° 20: Demanda Histórica

PERIODO	SECTOR DE ESTUDIO	DEMANDA POTENCIAL DE MUJERES	DEMANDA POTENCIAL DE BOLSOS
	37.225	32.498	98.084

Fuente: INEC e investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacungo

Cuadro N° 21: Demanda actual

PERIODO	SECTOR DE ESTUDIO	DEMANDA POTENCIAL DE MUJERES	DEMANDA POTENCIAL DE BOLSOS
0	37.790	32.992	99.575

Fuente: INEC e investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacungo

Cuadro N° 22: Proyección de la demanda

PERIODO	SECTOR DE ESTUDIO	DEMANDA POTENCIAL DE MUJERES	DEMANDA POTENCIAL DE BOLSOS
*0	37.790	32.992	99.575
1	38.365	33.493	101.088
2	38.948	34.002	102.625
3	39.540	34.519	104.184
4	40.141	35.044	105.768
5	40.751	35.576	107.376

(*) Año base de proyección

Fuente: INEC e investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

1.5 Análisis de la oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio”¹¹

1.5.1 Clasificación

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

- Oferta de mercado libre, es aquella en la que existe gran número de compradores y vendedores, de tal manera que, la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- Oferta oligopólica, “se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores.
- Oferta monopólica, es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.”¹²

¹¹Baca, G. (2005). *Evaluación de proyecto.* (5ta ed). México: McGrawHil. p.48.

¹² Baca, G. Op. Cit. p. 49

1.5.2 Factores que afectan a la oferta

- La tecnología: esto se refiere a que más tecnología menor precio, en este caso la oferta aumentaría.
- El Estado afecta según los impuestos que impongan, ya que estos afectan la producción.
- Factores externos: en este caso, como también en la demanda, son los mismos el clima, las temporadas, etc.
- Tipo de competidores: “La amenaza de los nuevos entrantes depende de las barreras de entrada existentes en el sector. Estas barreras suponen un grado de dificultad para la empresa que quiere acceder a un determinado sector. Cuanto más elevadas son las barreras de entrada, mayor dificultad tiene el acceso al sector.”¹³

1.5.3 Comportamiento histórico de la oferta

Para la determinación de la oferta del producto se consultaron los registros que tienen el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), y algunas páginas de internet, acerca de la producción de bolsos en la ciudad de Quito. Dichas fuentes de información cuentan con registros sobre empresas que se dedican a la producción de bolsos pero no cuentan con ningún registro sobre la producción o manufactura del producto que se busca ofertar.

¹³ Muñiz, R. *Marketing en el siglo XXI*. (3era ed.) disponible en <http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>

Es importante recalcar que, hasta el 2008, existía una ley ecuatoriana que establecía la obligatoriedad de las empresas a afiliarse a un gremio, esta afiliación se la hacía de acuerdo al giro de la empresa y su ubicación, estos aportes permitían a las cámaras empresariales y gremios tener un control acerca del número de empresas existentes en el medio. Con la abolición de esta ley ahora es mucho más difícil su cuantificación. Por lo que, en cuanto al número de empresas que se dedican a producir bolsos no existe un porcentaje actualizado en esta institución.

El INEC, en su encuesta de Manufactura y Minería, proporciona información concerniente al sector manufacturero que corresponde al 97% de la producción total del país. Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), dentro del sector manufactura se encuentran los apartados 17 Fabricación de productos textiles, 18 Fabricación de Prendas de Vestir; Adobo de teñido de piel y 19 Curtido y adobo de cuero; Fabricación de Maletas, bolsos de mano, en donde se encontró la partida numero 19122922001 correspondiente a “Bolsos de mano carteras, tengan o no correa para llevar al hombro (inclusive los que no tienen manija), con la superficie exterior de hojas de materiales plásticos o de tela”, donde la producción de Pichincha corresponde a un 37%.

1.5.4 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se ha tomado en consideración el año 2008, ya que de este se tienen los datos reales, y como año base el 2012, para determinar la oferta existente en el mercado, los cálculos se basaron en la producción de bolsos de tela que existen a nivel nacional y aquellos que son importados.

Para realizar el cálculo de la proyección han sido tomados en cuenta los 5 años subsiguientes al año 2012, en donde se utilizó la tasa de crecimiento del sector manufacturero a nivel nacional, según el INEC (Encuesta de Manufactura y Minería) la cuál es del 3%.

En la siguiente tabla se indica la producción de bolsos correspondiente a la ciudad de Quito, la cual sería la oferta de bolsos en el mercado.

Cuadro N° 23: Proyección de la oferta

PERIODO	BOLSOS IMPORTADOS	PRODUCCION NACIONAL DE BOLSOS	OFERTA TOTAL DE BOLSOS EN QUITO	OFERTA DE BOLSOS DEL NORTE QUITO
0	68.014	7.549	75.563	30.225
1	70.055	7.776	77.830	31.132
2	72.156	8.009	80.165	32.066
3	74.321	8.249	82.570	33.028
4*	76.551	8.497	85.047	34.019
5	78.847	8.752	87.599	35.040
6	81.213	9.014	90.227	36.091
7	83.649	9.285	92.934	37.173
8	86.158	9.563	95.722	38.289
9	88.743	9.850	98.593	39.437

(*) Año base de proyección

Fuente: INEC e investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Como se presenta en el cuadro, la oferta total de bolsos en la ciudad de Quito llegará para el 2017 a 39.437bolsos, superior comparado para el 2012 que fue de 35040 bolsos, cada año el aumento producido es del 3%.

1.6 Demanda insatisfecha

“Se determina demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.”¹⁴

Para determinar la existencia o no existencia de demanda insatisfecha de bolsos de tela en la ciudad de Quito, se compara los datos obtenidos en el análisis de la demanda y de la oferta proyectada para los próximos 5 años.

A continuación se presenta un cuadro donde se establece esta relación:

Cuadro N° 24: Demanda insatisfecha

PERIODO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	99.575	34.019	65.556
1	101.088	35.040	66.049
2	102.625	36.091	66.534
3	104.184	37.173	67.011
4	105.768	38.289	67.479
5	107.376	39.437	67.938

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

Según el cuadro indicado anteriormente se concluye que si existe una demanda potencial insatisfecha debido a que las cantidades demandadas son mayores que las ofertadas. Para el año 2013 hay 66049 unidades en demanda insatisfecha.

¹⁴Baca, G. (1998). *Evaluación de proyectos*. (3era ed). México: McGraw Hill. p. 51.

1.7 Determinación de la demanda cautiva

Con el cálculo de la demanda insatisfecha, se procede a calcular cuál será el porcentaje de clientes que la empresa planea captar, para lo cual se procedió a determinar la capacidad que tendrá el proyecto para la confección de los bolsos, para lo cual, se tomó en consideración los factores de tiempo de elaboración del bolso, y también las limitaciones financieras que existen para la empresa, por estar en su etapa de inicio.

Al investigar con una costurera, nos indicó que en promedio un bolso (con las características del proyecto), demoraría en promedio 80 minutos en su confección, por lo tanto, en una jornada de 8 horas diarias, serían 6 bolsos diarios aproximadamente. Considerando 5 días laborables a la semana, se elaboraría anualmente unos 7200 bolsos con 5 costureras.

A continuación se muestra un cuadro con la capacidad de producción de cada año, los requerimientos de mano de obra para aumentar dicha capacidad y el referente porcentaje a cubrir con dicha producción de la demanda no cubierta.

Cuadro N° 25: Demanda cautiva

AÑO	NUMERO DE COSTURERAS	NUMERO DE BOLSOS POR COSTURERA	PRODUCCION BOLSOS	DEMANDA NO CUBIERTA	PORCENTAJE A CUBRIR
2012	-		-	-	-
2013	5	6	7.200	66.049	10,90%
2014	5	6	7.200	66.534	10,82%
2015	6	6	8.640	67.011	12,89%
2016	6	7	10.080	67.479	14,94%
2017	6	7	10.080	67.938	14,84%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

1.8 Análisis de precios

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio”¹⁵

Es importante conocer el precio del producto porque es la base para poder comparar el precio de la competencia y dar un estimado del precio al que se pudiera vender el bolso, cuando este entre al mercado.

“La fijación de los precios es crucial para una compañía. Fijar precios demasiados altos puede hacer bajar las ventas, y fijar precios demasiados bajos puede aumentar las ventas pero bajar la rentabilidad. Una fijación de precios exitosa optimiza el volumen de ventas, los ingresos y la rentabilidad”.¹⁶

¹⁵Baca, G. (2005). *Evaluación de proyecto.* (5ta ed). México: Mcgraw Hill. p. 41

¹⁶Tennent, J. (2010). *Gestión Financiera.* (1era ed). Quito: Ediecuatorial. p. 115

1.8.1 Método de estimación de precios

Puesto que no se cuenta con una competencia directa, se procedió a tomar de base el precio al que los bolsos de características similares se ofertan en el mercado. A continuación se presenta una tabla con los precios de la competencia:

Cuadro N° 26: Precios de la competencia

NOMBRE EMPRESA	PRECIO
LOCURAS	\$25 - \$40
VALERY	\$20 - \$30
YANBAL	\$25 - \$35
TOTTO	\$30 - \$40
DE PRATI	\$27 - \$45

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Cacuango

El precio referencial del mercado con respecto al costo de un bolso elaborado a base de telas, puede llegar a costar entre \$25 a \$40, dependiendo de la producción del bolso, es decir, si es nacional o importado.

Al realizar la encuesta también obtuvimos que en la pregunta N° 8 que, del total de mujeres encuestadas, el 35% gastan de \$21 a \$30 dólares, el 27% de \$11 a \$20 dólares, el 32% paga por un bolso más de \$30 dólares y menos de \$10 dólares gasta el 6%.

Por lo tanto, el número de clientes potenciales estarán dispuestos a comprar el producto al precio de \$21 a \$30 dólares.

Se dice que al entrar en el mercado se debe fijar el nivel de precios. “Un precio bajo atrae compradores. Para lograr una masa crítica de negocios, en la introducción de un producto se acostumbra emplear de manera táctica reducciones temporales, dar descuentos”¹⁷

Para que este proyecto tenga futuro y estabilidad en el mercado se aplicará precios atractivos, basados especialmente en la calidad así como en la decisión del cliente, ya que solo él, elegirá un producto que satisfaga sus necesidades y al que estará dispuesto a pagar, y que sea un precio accesible.

Para la fijación del precio se tomará en cuenta lo siguiente:

- Un precio basado en el costo de producción y comercialización que genere el producto sobre el cual se estimará un porcentaje de utilidad aceptable.
- Un precio que irá en función del comportamiento del mercado, dado por la oferta y la demanda y lo que los consumidores estén dispuestos a pagar.
- Un precio en donde el atributo o característica principal del producto será diferente de la competencia.

¹⁷Fernández, J. *Habilidades para negociación en ventas*. Disponible en <http://www.slideshare.net>

1.9 Comercialización del producto

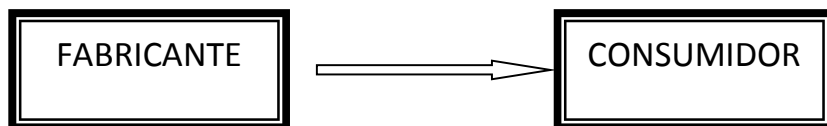
“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”¹⁸

“Constituye los puntos de venta o canales de distribución de los cuales se apoya la empresa para poner el producto a disposición de los consumidores.”¹⁹

Este proyecto utilizará principalmente el siguiente sistema de distribución, pero también se tomará en cuenta los otros canales de distribución como estrategias de la plaza.

VENTAS AL CONSUMIDOR FINAL.- Este tipo de venta en realidad será la más simple y más rápida. Se utilizará cuando el consumidor acuda directamente a la empresa, es decir, al momento que se acerca a nuestro local de venta, convirtiéndose en una gran oportunidad en cuanto a la publicidad boca a boca, puesto que, al comprar algo bueno bonito barato y obtiene una buena atención, el cliente regresa y además recomienda a un tercero a la compra del producto, beneficiando de esta manera a la empresa a elevar un mayor número de clientes y adquirir fama.

Gráfico N°13: Canal de distribución



Elaborado por: Daniela Cacuango

¹⁸Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto.* (3ra ed). México: Mcgraw Hill. p. 44

¹⁹Kloter, P y Armstrong G.(2003). *Fundamentos de Marketing.* (6ta. ed) México: Pearson Educación. p.55

Cabe indicar que no se puede dedicar a un solo tipo de venta porque representaría un riesgo para la empresa como: no cobrar a tiempo las deudas de los clientes, por lo que nos llevará a una paralización en la compra de materias primas y con esto no se podrá entregar pedidos a tiempo, lo cual será una desventaja ya que se perdería clientes y se dañaría la imagen al no tener credibilidad. Lo importante será distribuir el producto a todo tipo de clientes.

1.10 Estrategias de mercadotecnia

Una vez que se ha analizado la demanda y la oferta del sector de la confección, especialmente de los bolsos de tela, es necesario diseñar una mezcla de Mercadotecnia o Marketing Mix.

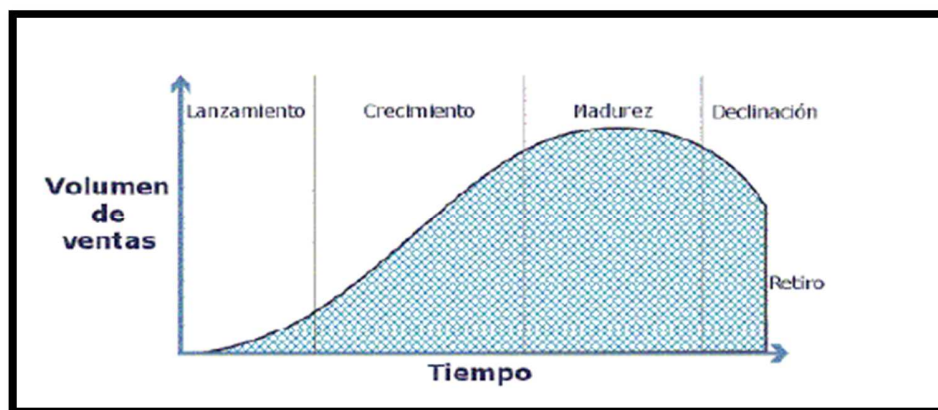
Marketing Mix es: “Un proceso mediante el cual un empresa u organización se relaciona de manera creativa, productiva y rentable con el mercado hacia el cual se dirige, con la finalidad de alcanzar la satisfacción del cliente. Este proceso consta de todo aquello que pueda hacer la empresa para influir en la demanda de su producto, básicamente están vinculadas con las cuatro P: producto, precio, promoción y plaza.”²⁰

²⁰ Revista de Economía y Negocios EKOS N° 102, Pág. 25

1.10.1 Estrategia de producto

“Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o deseo.”²¹ Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras, cabe indicar que el producto tiene un ciclo de vida.

Gráfico N°14: Ciclo de vida del producto



Fuente: <http://www.google.com-modelo-del-ciclo-de-vida-del-producto>

Elaborado por: Daniela Cacuango

Para lograr un alto nivel de venta de los bolsos para mujer confeccionados con sobrantes de tela en el mercado es necesario considerar varios atributos y componentes técnicos del producto, con el fin de lograr la satisfacción total de las necesidades.

²¹Kloter, P y Armstrong G.(2003). *Fundamentos de Marketing*. (6ta. ed) México: Pearson Educación.

Es necesario dar a conocer que la fabricación de los bolsos se enfocará en aspectos como:

- LA CALIDAD, que estará presente, tanto en la selección minuciosa de las materias e insumos, como también durante el proceso de producción.
- EL DISEÑO Y MODELOS EXCLUSIVOS, con una variedad de colores que en su momento sean de preferencia del consumidor y que vayan de acuerdo con el ritmo de la moda actual.
- ACABADOS EXCELENTES, mediante la utilización de maquinaria moderna tecnología, con el propósito de obtener un producto que refleje elegancia y distinción al momento de la verdad.
- PRESENTACION DEL PRODUCTO, será creativo y no repetitivo, ya que debemos tener en cuenta de que si hacemos uso siempre de la misma presentación, es probable que esta se muestre sin un valor agregado, afectando negativamente la decisión de compra. Por lo tanto, la presentación del producto será impecable en los terminados, diseño de la marca y etiqueta, cada prenda tendrá una etiqueta con la marca Creative Handbags. La marca juega un papel primordial al momento del proceso de compra, ya que además de informar sobre el producto, debe tener atributos para despertar interés intangible del consumidor, ya sea por su carácter y calidad, de esta forma brindar la oportunidad de que se conozca la marca y que se pueda identificar claramente el producto y el esfuerzo de la empresa.

1.10.2 Estrategias para el precio

“Es un marco de fijación de precios básicos a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.”²²

Lanzar al mercado un nuevo producto que sea rápidamente conocido y tenga una rápida acogida por la clientela. Para el presente proyecto se incursionará con las siguientes estrategias de precio:

- Ingresar al mercado con precios competitivos, sin descuidar la calidad del producto.
- Analizar los precios de la competencia y establecer precios óptimos tanto para los clientes como para la empresa.
- Fijar un precio referencial para todos los modelos de bolsos para mujer, de tal manera lograr fidelidad con los clientes.
- Los pagos se realizaran a través de tarjeta de crédito a 3 y 12 meses o con dinero en efectivo.
- Mantener un precio estable por un amplio periodo de tiempo, de tal manera lograr fidelidad de los clientes

²² Lamb, C. (2002). *Marketing*. (6ta ed). Thomson Editores. p. 607

1.10.3 Estrategia para la plaza

En este caso se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

La empresa utilizará principalmente la comercialización directa, ya que se realizará en el almacén ubicado en las instalaciones de la empresa que es en la Av. de la Prensa y Sabanilla; donde podrá obtener el producto a precios preferenciales o de fábrica, con descuentos que solo como productores directos podrá otorgar.

Posteriormente se va utilizar los otros canales de distribución que son:

VENTAS AL POR MAYOR.- Se distribuirá a los propietarios de casas comerciales, quienes a su vez se encargarán de hacer llegar el producto al comerciante minorista. Con este tipo de venta se logrará una rotación más rápida del stock.

Por intermediarios se podrá encontrar el producto en los diferentes centros comerciales siempre que contemos con alianzas con los almacenes para utilizar la marca.

VENTAS AL POR MENOR.- Se distribuirá a los almacenes, boutiques y bazares, ya que son clientes que adquieren productos en reducidas cantidades con la finalidad de mantener un negocio en donde se expenda de todo y de esta manera satisfacer al consumidor.

1.10.4 Estrategias de promoción

“Son aquellas actividades que sirven para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto, con la esperanza de convencer a los posibles clientes a comprarlo”²³

La mercadotecnia moderna no solo crea un buen producto y fija un precio atractivo de fácil acceso, sino que exige algo más como, diseñar y buscar información respecto a la existencia del producto que a su vez beneficiará al consumidor.

Tomando en cuenta estos aspectos, y tratándose de una empresa que recién va incursionar en el mercado, en la confección de bolsos con sobantes de tela con alta calidad y, de esta manera alcanzar, una participación aceptable, se aprovechará de ciertas herramientas como: la publicidad, las promociones en ventas y relaciones públicas.

Publicidad: “La publicidad es una comunicación no personal y pagada, de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado”²⁴

Con el objetivo de implantar una publicidad agresiva y llegar al receptor o destinatario, se valdrá de las siguientes estrategias:

²³Stanton, W., Etzel, M., Walker B. (2007) *Fundamentos de Marketing*.(4ta ed.) México: McGraw Hill. p.580

²⁴Kloter, P y Armstrong G.(2003). *Fundamentos de Marketing*. (6ta. ed) México: Pearson Educación. p.644

- Se elaborará hojas volantes, las mismas que serán entregadas de forma masiva por todos los sectores del alrededor y también por los lugares más concurrido de la localidad.
- Internet, es un medio de comunicación al que tienen acceso la mayoría del mercado, sobretodo el segmento al que el producto se dirige, es por esto que el uso de esta herramienta ayudará a la difusión rápida del producto. Por lo que se trabajará con el correo electrónico, el cual nos permitirá enviar información acerca del producto de manera rápida a diferentes personas, también se abrirá cuentas en las redes sociales como Facebook y Twitter, ya que estos son muy utilizados por las jóvenes y son un buen medio de comunicación, y además se va realizar la creación de un portal web en donde se pueda dar a conocer al cliente el producto, sus características y la ubicación del local de venta.
- Rotulo, Se diseñará una gigantografía que será ubicada en la parte superior de la entrada, en donde se señale el nombre de la empresa, el slogan y fotos de bolsos.

Promoción: “La promoción en ventas consiste en un conjunto de instrumentos de incentivos, generalmente a corto plazo, diseñados para estimular rápidamente, y/o en mayor medida, la compra de determinados productos o servicios por los consumidores o los comerciantes”²⁵

La promoción en ventas, servirá para complementar la publicidad y a su vez ayudará a estimular la compra del producto mediante una gama de incentivos, que permitirá retener a largo plazo los clientes conseguidos, atraer nuevos clientes, y recompensar a los clientes fieles, todo esto se conseguirá mediante estrategias que favorecerán al personal de ventas, a los distribuidores y al consumidor.

²⁵Kotler, Philip, Op. Cit, p. 666

Al público en general se ofrecerán descuentos del 10%, en fechas importantes como el día de la mujer, el día de la madre, fiestas de navidad y año nuevo, se repartirán también cupones para que reciban gorras y camisetas con el instintivo de la empresa.

Las Relaciones Públicas: el respeto y los buenos modales siempre se han destacado como la mejor manera de mantener las relaciones comerciales.

La atención cordial es una ventana abierta al contacto permanente con los clientes siendo el soporte principal que permite colocar y vender nuestros productos.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

“En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elaborará un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.”²⁶

El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente; características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto el estudio técnico.

El estudio técnico determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

Para la puesta en marcha del proyecto, es necesario determinar la cantidad de materia prima, insumos, equipos, maquinaria e instalaciones que se van a requerir para poder producir, así como también la localización y la distribución física de la empresa.

²⁶ López, E. *Estudio Técnico*. Disponible en <http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>

2.1 Determinación del tamaño del proyecto

Es importante definir el tamaño que tendrá el proyecto, ya que consiste principalmente en la incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos de venta.

“El tamaño del proyecto técnicamente, se traduce al número de productos que se obtendrán en un periodo operacional determinado, llamado también capacidad de producción, que desde el punto de vista económico, se define como el nivel de producción que reduce costos y eleva utilidades.”²⁷

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

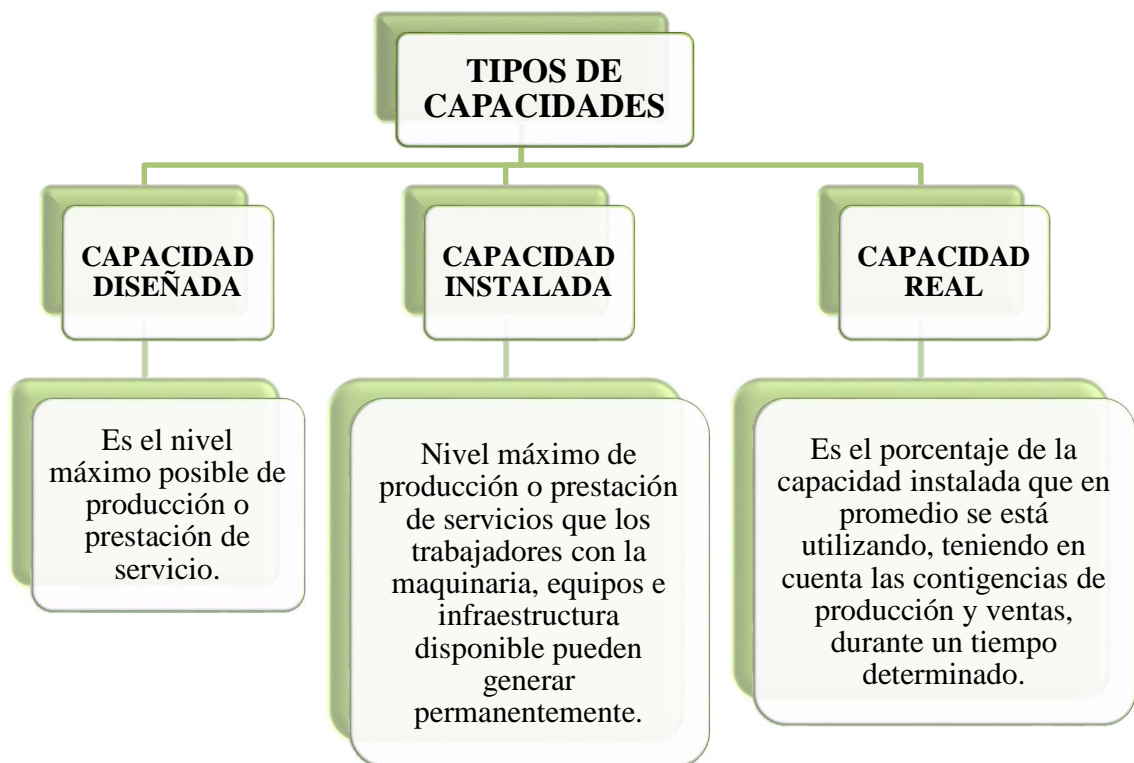
²⁷ Barreno, L. *Compendio de Formulación y Evaluación de Proyectos*. p. 43

2.1.1 Definición de la capacidad de producción

“La capacidad de producción “indica el máximo nivel de producción que puede ofrecer una empresa, esto es qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real se desperdiciaría recursos”²⁸.

Existen tres tipos de capacidades, a continuación se detalla:

Gráfico N°15: Tipos de capacidades



Fuente: CORDOBA PADILLA, Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos.
Elaborado por: Daniela Cacuango

²⁸Córdoba Padilla, M. (2006). *Formulación Y Evaluación De Proyectos*. Eco Ediciones.

A continuación se detalla la capacidad de la maquinaria para producir los bolsos con sobrantes de tela, utilizando en cada bolso un tiempo estimado de 80 minutos por cada uno (Cuadro N° 27):

Ó

Cuadro N° 27: Tiempo estimado en la elaboración del bolso

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	DURACIÓN EN MINUTOS
Adquisición y Selección de Materia Prima	10
Cortar las telas para el bolso	15
Cortar la tela para el forro	5
Unir las partes del bolso	20
Adjuntar el forro	10
Colocar accesorios	10
Adjuntar etiqueta	5
Revisión y almacenamiento	5
Tiempo total en la elaboración del bolso	80

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Para determinar la capacidad de producción de este tipo de bolso, se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 28: Capacidad de producción diaria y semanal

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN SEMANAL			
Número de Operarias	Total Producción Diaria	N°. de días laborables	Total Producción Semanal
1	6	5	30 bolsos

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por Daniela Cacuango.

Cuadro N° 29: Capacidad de producción mensual.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL			
Número de Operarias	Total Producción Semanal	N°. de Semanas	Total Producción Mensual
1	30	4	120 bolsos

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por Daniela Cacuango.

Cuadro N° 30: Capacidad de producción anual.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL			
Número de Operarias	Total Producción Mensual	N°. de Meses	Total Producción Anual
1	120	12	1440 bolsos

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por Daniela Cacuango.

En conclusión, el cálculo si la operaria trabaja 8 horas diarias, donde emplea un tiempo de 80 minutos para confeccionar un bolso, es que produce aproximadamente 6 bolsos diarios, este valor es multiplicado por 240 días laborales del año, esto da un resultado de 1440 bolsos anuales.

La empresa inicia sus labores con 5 operarias en el primer año, y en los otros se va a contratar una costurera adicional, por lo que a continuación se detalla un cuadro de la producción anual y el porcentaje que vamos a cubrir.

Cuadro N° 31: Capacidad de producción anual de acuerdo al número de costureras

	AÑO	NUMERO DE COSTURERAS	NUMERO DE BOLSOS POR COSTURERA	PRODUCCION BOLSOS	DEMANDA NO CUBIERTA	PORCENTAJE A CUBRIR
	2012	-		-	-	-
1	2013	5	6	7.200	66.049	10,90%
2	2014	5	6	7.200	66.534	10,82%
3	2015	6	6	8.640	67.011	12,89%
4	2016	6	7	10.080	67.479	14,94%
5	2017	6	7	10.080	67.938	14,84%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por Daniela Cacuango.

2.2 Análisis de la localización del proyecto

La localización del proyecto es uno de los aspectos más importantes al momento de establecer un negocio. Debe considerarse tanto la macro localización que es la determinación de la zona probable para el establecimiento y la micro localización que consiste en la ubicación exacta del proyecto.

2.2.1 Análisis de la localización de la planta

“La localización optima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”²⁹

El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

²⁹Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto*. (3era ed). México: Mcgraw Hill. p.90

2.2.1.1 Factores determinantes para la localización de la planta

Existen varios autores, que señalan algunos factores determinantes para la localización de un proyecto, entre los cuales se proponen los siguientes:

Factores de sitio

- Costo del terreno
- Tamaño del terreno
- Condiciones del suelo
- Servicios Básicos
- Suministros de agua

Factores de la comunidad

- Preferencias administrativas
- Instalaciones de la comunidad
- Actitudes de la comunidad
- Legislación e impuestos
- Políticas de desarrollo

Factores inherentes al proyecto

- Disponibilidad de materia prima, mano de obra e insumos.
- Transporte de insumos y productos
- Vías de acceso
- Fuerzas de mercado, oferta y demanda
- Normas y regulaciones medioambientales

Factores del sitio: Son aquellos que consideran la ubicación geográfica del proyecto de acuerdo a su utilización futura, la inversión en infraestructura, el propósito de las dimensiones para proyectar el diseño y la disponibilidad de la infraestructura necesaria para el proceso productivo y condiciones de vida.

Factores de la comunidad: Son aquellos que resumen la preferencia de los gestores del proyecto, la calidad de los servicios básicos y cercanía a instituciones como policía, cuerpo de bomberos, hospitales, entre otros. También están aquellos de impacto social inmersos en beneficios y la calidad de vida de la población.

Y por último aspectos legales e impuestos; que se refieren a proyectos y leyes que permiten viabilizar el proyecto junto a cargos municipales como contribuciones o cargos estatales como contribuciones al fisco.

Factores inherentes al proyecto: Son los que resumen la cercanía al mercado, es decir, consumidores potenciales y competidores del sector, cercanía a los proveedores de materia prima e insumos, medios de transporte disponibles, costos de transportación, vías de acceso, disponibilidad de mano de obra, condiciones ambientales y recursos energéticos.

2.2.2 Análisis y criterios de la macro localización

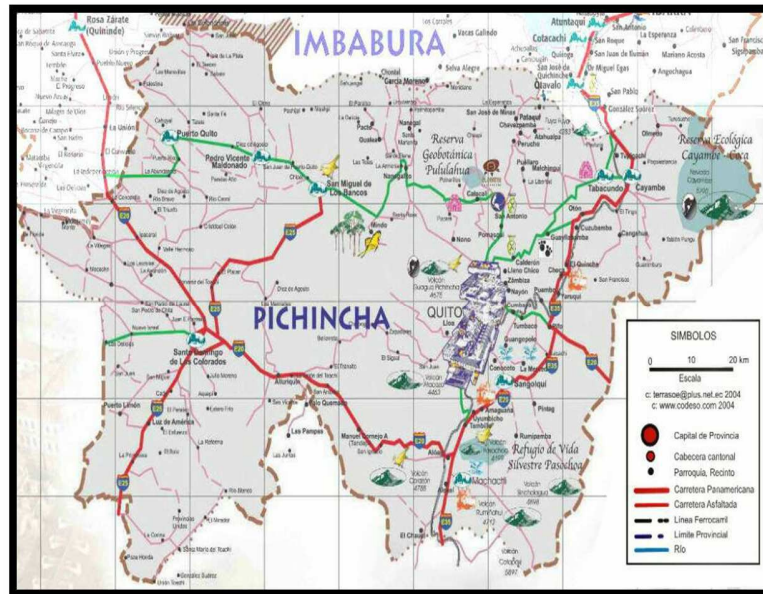
Es la definición de la zona, región, provincia o área geográfica en la que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales.

El estudio de factibilidad propone como macro localización a la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, la misma que fue creada en 1824, con una extensión territorial de 13.351 km², ubicada a 2.800 m.s.n.m. La provincia de Pichincha se encuentra ubicada en plena región ecuatorial de los altos Andes, hacia la parte norte del territorio ecuatoriano, menos lejos de la frontera de Colombia que la del Perú, y más aproximada al Océano Pacífico que al extremo oriental del patrimonio nacional.

El Distrito Metropolitano de Quito se divide en 8 administraciones zonales, las cuales contienen a 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales y suburbanas. Las parroquias urbanas están divididas en barrios.

Su estudio es de particular importancia ya que, al ser la capital de la república, se encuentran algunas ventajas competitivas del proyecto. Una de ellas es la diversidad de grupos poblacionales ya establecidos dentro de la zona urbana, los mismos que poseen diferentes condiciones socio-económicas de vida.

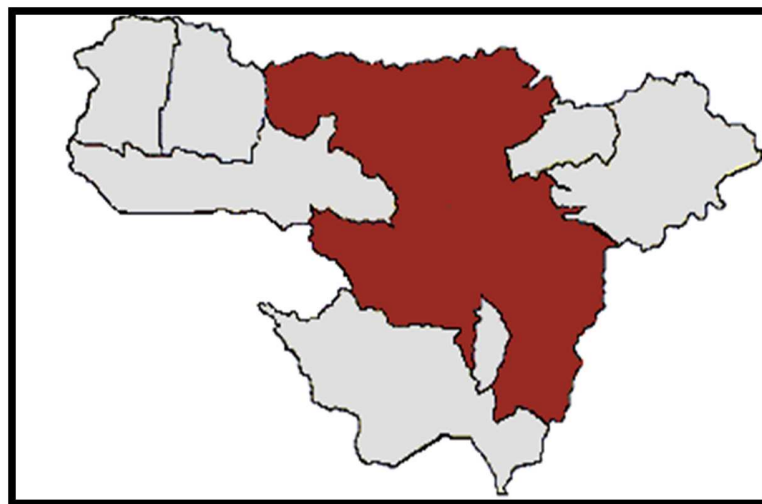
Gráfico N°16: Mapa provincia de Pichincha



Fuente: [http:// www.codeso.com/Fotos_Ecuador/Mapa_Pichincha_Ecuador](http://www.codeso.com/Fotos_Ecuador/Mapa_Pichincha_Ecuador)

Está previsto ubicar la empresa en el Distrito Metropolitano de Quito.

Gráfico N°17: Situación Geográfica del Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: http://upload.wikimedia.org/Mapa_Distrito_Metropolitano_de_Quito.gif

2.2.3 Análisis y criterios de la micro localización

El análisis de micro localización, en sí consiste en determinar el terreno concreto donde se va a levantar el proyecto y, por consiguiente, debe ser más detallada.

CRITERIOS DE ANÁLISIS:

- **Transporte y Comunicación**

Medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro. El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicadas en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes. El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros y el de bienes como servicio de mercancías.

En nuestro proyecto la principal avenida es la Av. La Prensa y Sabanilla, sector Cotocollao, donde las actividades se localizan en lo comercial, bancario y recreativo.

La forma de transportarse hasta allá se lo puede hacer mediante los Sistemas metrobus, trolebús y ecovía conformado por corredores de transporte de gran capacidad, y también por algunas otras líneas de buses como catar, paquisha, entre otras.

Existen 53 rutas de servicios de transporte en las Avenidas América, Prensa y Amazonas. Estos servicios son operados por 29 organizaciones entre empresas y cooperativas con 1.072 permisos de operación otorgados por la EMSAT para la prestación de dichos servicios.

Como en la actualidad existen serios problemas de movilidad y accesibilidad de la población de Quito, a través de un Plan de Transporte y Vialidad en el DMQ, el cual consiste en racionalizar las rutas y reestructurar los servicios en el área definida como el norte y noroccidente de la ciudad, ampliar la capacidad y mejorar la velocidad operacional para los servicios de transporte en el eje troncal Av. América/Av. De La Prensa, logrando reducciones en el tiempo de viaje para los usuarios y mejoras en la productividad en el uso de vehículos para los operadores. Así como mejorar las condiciones de fluidez de circulación para el tráfico liviano en la Avenida La Prensa, a través de la provisión de la nueva infraestructura vial: carriles exclusivos para la circulación de buses, pasos a desnivel con prioridad al transporte público en las intersecciones de mayor volumen de tráfico y paradas.³⁰

- **Factores Ambientales**

“La incorporación del análisis de los factores ambientales en la evaluación de los proyectos está directamente asociada con la idea de que los proyectos orientados al desarrollo y en especial la tecnología empleada en los mismos deben ser ambientalmente sostenibles.”³¹

El factor ambiental es importante, ya que las industrias siempre deben tener presente el cuidado y protección del medio ambiente, evitando la contaminación y deterioro.

Dentro de los sectores con mayor emisión de tóxicos se encuentra la industria manufacturera, la industria de alimentos, bebidas y tabaco, derivados del petróleo, caucho y plástico, consideradas las mayores fuentes de elementos tóxicos al medio ambiente.

³⁰ “Plan Maestro de transporte y vialidad para el Distrito Metropolitano de Quito. Disponible en <http://www.translatinos.com/noticias/Descargas/docs/Corredor%20Central%20Norte.PDF>

³¹Córdoba Padilla, M. (2006). *Formulación Y Evaluación De Proyectos*. Eco Ediciones.

En este caso, para la producción de bolsos (carteras) para mujer, hechos con residuos de tela que no son peligrosos y, por lo tanto, no contaminan el medio ambiente.

Por lo tanto, el negocio no se le considera que provocaría un mayor impacto ambiental.

- **Disponibilidad de Servicios Básicos**

Son las condiciones necesarias que todas las ciudades poseen, disponibilidad de agua potable y de riego, disponibilidad de electricidad, abastecimiento de combustibles líquidos, alcantarillado, alumbrado público, seguridad, así como, servicios de seguridad, entre otros. Como se menciona el lugar donde se ubicara la empresa posee de todos estos servicios indispensables para habitar.

Selección de alternativa óptima:

Al analizar ciertos factores que afectan la macrolocalización, se requiere diseñar una matriz de ponderación. Para esto se toma el método cualitativo por puntos, este permite determinar la ubicación más óptima de la empresa.

Este método se basa en asignar un puntaje a los factores más determinantes, los mismos que influyen de forma directa en el proyecto, debiendo asignar un peso o una calificación a cada uno de estos factores, esta calificación va de 1 a 10 según la importancia que se le asigne por el sector en el cual va a estar ubicada la planta de dicho proyecto.

Una vez realizada la calificación correspondiente se realiza la multiplicación del peso por la calificación dada para así obtener el puntaje total de cada factor con el fin de sumar dichas puntuaciones teniendo que elegir el de mayor puntuación.

Cuadro N° 32: Matriz locacional

		AV. LA PRENSA Y SABANILLA		AV. 10 DE AGOSTO Y JOSE MARIA BARRERO		SECTOR CARAPUNGO	
FACTOR	PESO	CALIF.	CALIFICACION PONDERADA	CALIF.	CALIFICACION PONDERADA	CALIF.	CALIFICACION PONDERADA
Transporte y comunicación	0,25	9	2,25	9	2,25	7	1,75
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	0,2	10	2	9	1,8	7	1,4
Factores ambientales	0,1	8	0,8	8	0,8	6	0,6
Estructura legal	0,1	10	1	10	1	9	0,9
Disponibilidad de servicios básicos	0,1	10	1	10	1	9	0,9
Disponibilidad del lugar	0,25	10	2,5	9	2,25	9	2,25
TOTAL	1	57	9,55	55	9,1	47	7,8

Elaborado por: Daniela Cacuango

En la matriz locacional se han determinado tres lugares al norte de Quito para ubicar la empresa, y se obtuvo como alternativa óptima para el establecimiento de la empresa en la Av. La Prensa y Sabanilla debido a los diferentes factores de análisis esta obtuvo mayor puntaje de 9,55%, con una puntuación alta en disponibilidad de servicios básicos, disponibilidad del lugar, y cercanía a las fuentes de abastecimiento, ya que por el norte es donde se encuentran todas las fabricas e industrias más grandes, en segundo lugar está la Av. 10 de Agosto y José María Borrero con 9.1% y finalmente el sector de Carapungo con una calificación de 7.8%.

2.2.4 Plano de micro localización

La empresa se realizará en el norte de la ciudad de Quito, el cual está ubicado en la Av. de la Prensa y Sabanilla, sector Cotocollao.

Gráfico N°18: Mapa ubicación Av. la Prensa y Sabanilla



Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas ³²

**AV. DE LA PRENSA
Y SABANILLA**

2.3 Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, la adquisición de equipo y maquinaria, y también se determina la distribución óptima de la planta.

³² EPMMOP: <http://www.epmmop.gob.ec>

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

2.3.1 Proceso de producción

“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.)”³³

“El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura”³⁴

La elaboración de bolsos con sobantes de tela será realizada en serie, ya que se fabrica un número determinado de bolsos por combinación de colores. El número de bolsos a producir por año se lo estableció en el estudio de mercado, en donde, la cantidad de producción de un molde aumentará o disminuirá dependiendo del modelo que tenga mayor aceptación, y cada costurera se encargará de la manufactura total de cada bolso.

³³Nassir,S.(2007).*Proyectos De Inversión. Formulación Y Evaluación*. México: Pearson Prentice Hall.

³⁴Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto*.(3era ed). México: Mcgraw Hill. p. 93

Gráfico N°19: Proceso de confección



Elaborado por: Daniela Cacuango

Adquisición de Materia Prima

Para la fabricación de bolsos es necesaria la adquisición de materia prima, este proceso consiste en recepcionar el pedido de mercadería, verificar el mismo y proceder a la compra tanto de retazos de tela como de los accesorios, y del resto de los insumos necesarios para la confección del bolso.

Diseño

Se creará bosquejos, ya que así siempre se podrá acudir a las ideas predeterminadas y no olvidar el concepto durante el proceso de producción. Una vez decidido el diseño de los bolsos, se empieza a formar los moldes para lo cual se requiere tiza sastre, tijeras y cartón blando, una vez con los materiales se procederá a dibujar con el lápiz la forma de uno de los lados en el cartón, con el tamaño que nos guste o de preferencia. Luego, se calcula que debe tener unos centímetros más para realizar la costura, es decir, que se dejara un margen de unos aproximadamente 4 cm. para la costura para cada lado. Una vez que haya terminado los moldes, se cortará el cartón.

Corte

Aquí se procede a cortar las telas de acuerdo a las plantillas del diseño de bolso elegido, también se corta la tela para el forro, el bolsillo del bolso y las haladeras.

Confección

El trabajo de coser representa la parte intensiva del proceso de fabricación de los bolsos, aquí se unen todas las piezas cortadas anteriormente, la costura de los bolsos se la realizara por medio de la utilización de máquinas de coser, las mismas que son operadas manualmente.

Colocar accesorios

Cuando el bolso haya sido cocido con todas sus partes, se le agregan los accesorios dependiendo del diseño que se requiera, y, adicionalmente, se colocará en una parte la etiqueta con nuestro logotipo de la empresa.

Terminados y Revisión:

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

Almacenamiento y empaque

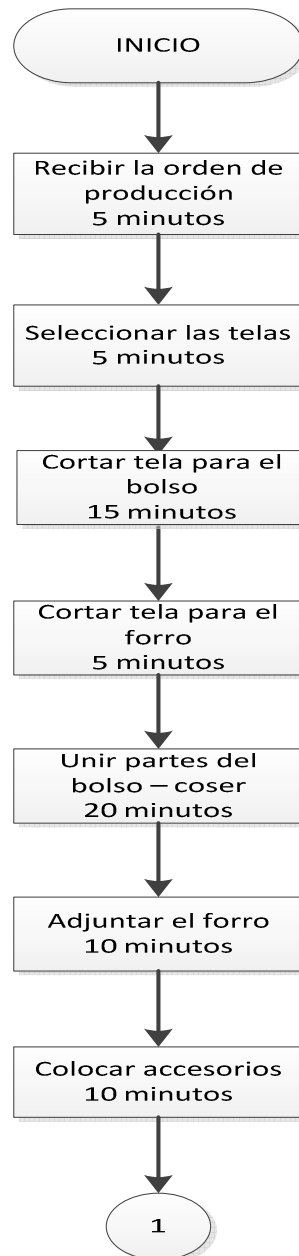
El proceso de almacenamiento se lo realizará por diseños similares, ya que de esta manera será útil al momento de elegir la mercadería para la venta, y el empaque será con fundas transparentes. Estos serán llevados hacia la bodega en donde permanecerán hasta el proceso de la venta al cliente.

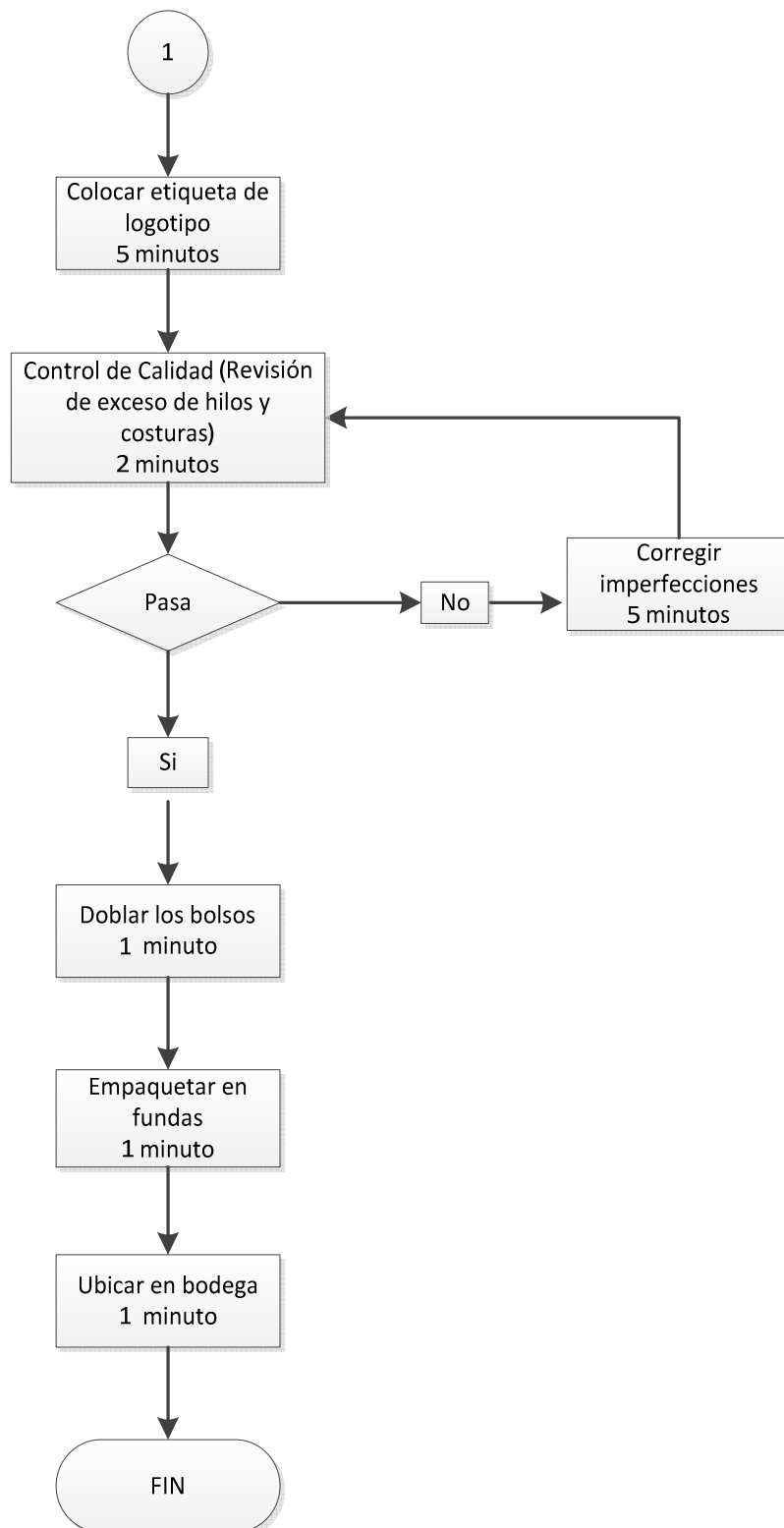
2.3.2 Diagrama de flujos

Los diagramas de flujo son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar las etapas de un proceso. También permiten describir la secuencia de los distintos pasos o etapas y su interacción.

A continuación se encuentran los diagramas de flujo de acuerdo al proceso para la elaboración del producto y para la comercialización del mismo:

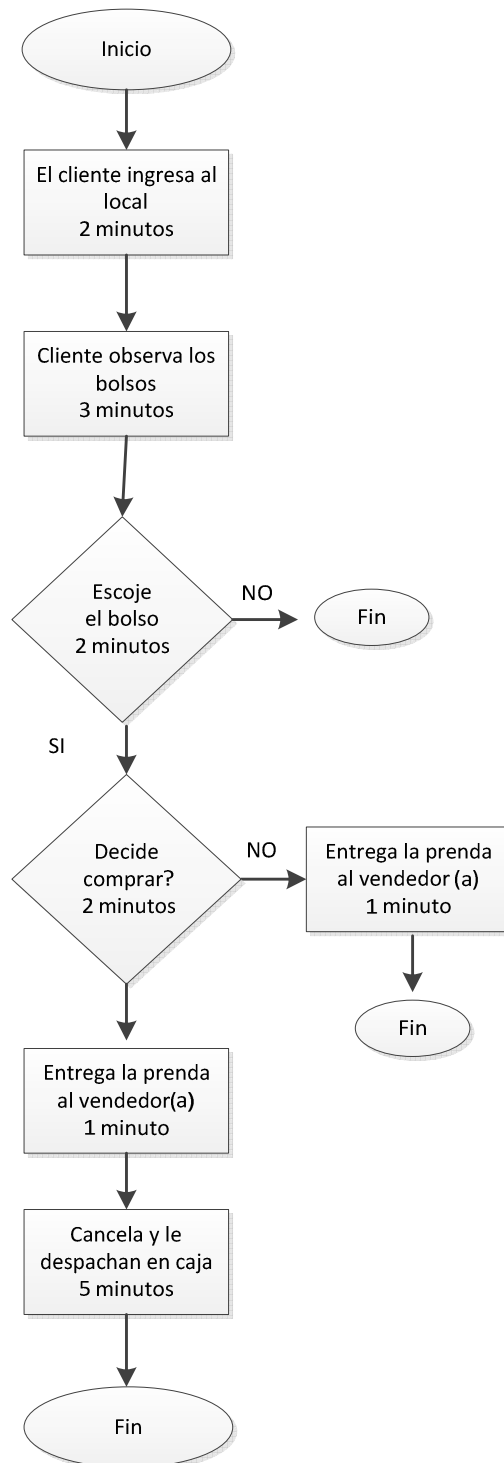
PROCESO DE PRODUCCIÓN





Elaborado por: Daniela Cacuango

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO



Elaborado por: Daniela Cacuango

2.4 Programa del producto

2.4.1 Requerimiento de recursos humanos y mano de obra

“Es necesario asignar los recursos de la mejor manera, para optimizar su uso. Esta asignación práctica de los recursos desde las etapas iniciales de una empresa solo la hace un administrador eficiente”³⁵

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

Para la confección de bolsos de mujer, se contratará personal que tenga la debida experiencia y conocimientos necesarios en cuanto al manejo de maquinaria textil para asegurar de esta forma el correcto funcionamiento de la misma.

- El Gerente, será el representante legal de la empresa y también el encargado de supervisar la labor desarrollada por cada uno de los empleados y llevar una administración eficiente de la empresa, tomando las mejores decisiones dentro de la empresa.
- Contador, realizará varias actividades, entre las cuales está el manejo de cobros, pagos, contabilidad y nómina; es decir, se encargará de todo el movimiento de dinero de la organización, incluido pagos de sueldos, servicios, entre otros, optimizando los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.

³⁵Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto.* (3era ed). México: Mcgraw Hill. p. 125

- Jefe de Producción: se encargará de coordinar los aspectos técnicos operacionales del negocio, asignando y supervisando el adecuado uso y la correcta elaboración de los bolsos, así como verificar que se cumplan los tiempos establecidos en el estudio técnico. También servirá de ayuda en la venta del producto en el local.
- Mensajero: Se encargará de realizar actividades como pagos de servicios básicos, depósitos, llevar y traer cualquier tipo de insumos o documentos de otras empresas como es el caso de facturas, comprobantes, etc.
- Operarias se dedicaran al manejo de maquinaria textil, transformando los insumos en productos terminados, realizando el proceso de elaboración de los bolsos.
- Adicionalmente se requerirá de personal que se ponga a cargo del área de ventas, quienes deberán vender el producto y explorar el área de ventas para detectar clientes potenciales.

Todos los empleados que conforman la empresa deben tener deseos de superación y trabajo en equipo, ya que de esta forma se puede llevar a ejecución el presente proyecto y obtener buenos resultados a futuro.

Cuadro N° 33: Recurso humano y mano de obra

AREA	CARGO	CANTIDAD
ADMINISTRACION	GERENTE GENERAL	1
	CONTADORA/SECRETARIA	1
	MENSAJERO	1
MANO DE OBRA INDIRECTA	JEFE DE PRODUCCION	1
VENTAS	VENDEDORA	2
MANO DE OBRA DIRECTA	COSTURERA - OPERATIVA	5
		11

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Cacuango

2.4.2 Requerimiento de materiales e insumos

Para la producción y fabricación de bolsos con sobrantes de tela para mujer se necesita algunos materiales e insumos que pueden ser adquiridos en varios locales dedicados a la venta de telas y afines en la ciudad de Quito, para el presente proyecto se han seleccionado algunos en particular, ya que nos ayudarán con unos descuentos y otras facilidades, uno de estos es el almacén Mil Colores, esta se encargara de suministrar gran parte de los accesorios y nuestro principal material que son los retazos de tela, conjuntamente con otra empresa que es Francelana, los cuales nos indicaron que al comprar una cantidad representativa de retazos de tela nos dan hasta un 15% y 20% de descuento en lo relacionado a retazos de tela, y un 10% en el caso de accesorios. Otro de los almacenes que nos proveerá de insumos es la Casa del Cierre, el cual nos facilitará con un descuento del 10% en accesorios, la materia prima, es decir, los retazos de tela es comercializada en fundas por kilos cuyo costo es de \$4,00, sin importar el tipo de tela, cabe recalcar que un kilo en promedio tiene 4,80m de tela, tomando las consideraciones del grosor y el tipo de material de las mismas.

A continuación se detallan los recursos necesarios para la elaboración de los bolsos con sobrantes de tela:

Requerimiento de materias primas, insumos directos e indirectos.

Cuadro N° 34: Requerimiento de materia prima

MATERIA PRIMA	CANTIDAD DE BOLSOS	CANTIDAD MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Forro tela carolina metros	600	600	\$ 1.20	\$ 720.00
Retazos de tela kilos	600	150	\$ 4.00	\$ 600.00
TOTAL				\$ 1,320.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 35: Requerimiento de materiales directos

MATERIALES E INSUMOS (DIRECTOS)	CANTIDAD DE BOLSOS	CANTIDAD MATERIALES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Botón redondo de plata	300	300	\$ 0.10	\$ 30.00
Botón de flor color plata	300	300	\$ 0.10	\$ 30.00
Cadena color plata	600	600	\$0.30	\$ 180.00
Broche magnético	600	600	\$0.20	\$ 120.00
Hilo 1000m c/cono	600	15	\$ 1.70	\$ 25.50
Etiquetas con logotipo de la empresa	600	600	\$0.25	\$ 150.00
TOTAL				\$ 360.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 36: Requerimiento de materiales indirectos

MATERIALES INDIRECTOS	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Fundas de empaque de papel reciclado	600	\$ 0.30	\$ 180.00
Tijeras	5	\$ 25.00	\$ 125.00
Tiza sastre	200	\$ 0.18	\$ 36.00
Pliegos de cartón para plantillas	10	\$ 1.10	\$ 11.00
Cintas métricas	5	\$ 1.50	\$ 7.50
Cajas de alfileres de 100 unidades	3	\$ 1.50	\$ 4.50
TOTAL			\$ 364.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

2.4.3 Requerimiento de activos fijos

Para la producción y fabricación de bolsos con sobrantes de tela se necesita lo siguiente:

Cuadro N° 37: Instalaciones y adecuaciones

INSTALACIONES Y ADECUACIONES			
CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO UNIT	TOTAL
1	Local comercial - adecuaciones	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
	TOTAL		\$ 15,000.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN:

El equipo de cómputo permite mantener un registro contable de los movimientos diarios facilitando así la información rápida y oportuna de los ingresos, a la vez a la emisión de comprobantes de venta exigidos por el consumidor y también nos ayuda con información necesaria para el Área administrativa y Gerencial.

Cuadro N° 38: Requerimiento de equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO UNIT	TOTAL
3	Computador de Escritorio HP	\$ 639.00	\$ 1,917.00
1	Impresora Matricial EPSON	\$ 359.00	\$ 359.00
1	Impresora HP multifunción con sistema de tinta continuo	\$ 420.00	\$ 420.00
	TOTAL		\$ 2,696.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

EQUIPO DE OFICINA:

En el equipo de oficina se registran el sistema de alarma y el extintor, tales equipos permiten mantener la seguridad de la empresa.

Cuadro N° 39: Requerimiento de equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO UNIT	TOTAL
2	Teléfonos	\$ 76.00	\$ 152.00
1	Sistema de alarma	\$ 400.00	\$ 400.00
	TOTAL		\$ 552.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

MAQUINARIA Y EQUIPO:

A continuación se detalla la maquinaria y equipo necesarios para las operarias que utilizarán para confeccionar los bolsos.

Cuadro N° 40: Requerimiento de maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO UNIT	TOTAL
5	Máquina Industrial marca SINGER	\$ 610.00	\$ 3,050.00
1	Cortadora de Tela Marca YUKI	\$ 420.00	\$ 420.00
	TOTAL		\$ 3,470.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

MUEBLES Y ENSERES:

Los muebles y enseres necesarios para una correcta operación de la empresa son detallados en el siguiente cuadro, los cuáles serán distribuidos de acuerdo a las necesidades de cada área:

Requerimiento de muebles y enseres

Cuadro N° 41: Requerimiento de muebles y enseres administración.

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN			
CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO UNIT	TOTAL
6	Sillas de oficina	\$ 30.00	\$ 180.00
1	Silla Gerente	\$ 90.00	\$ 90.00
3	Archivador	\$ 80.00	\$ 240.00
2	Escritorios	\$ 120.00	\$ 240.00
	TOTAL		\$ 750.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 42: Requerimiento de muebles y enseres fábrica

MUEBLES Y ENSERES FÁBRICA			
CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO UNIT	TOTAL
5	Sillas para operarias	\$ 22.00	\$ 110.00
5	Mesa Maquinaria de Coser	\$ 400.00	\$ 2,000.00
1	Mesa de Corte y Dibujo	\$ 370.00	\$ 370.00
1	Estante de Bolsos	\$ 230.00	\$ 230.00
3	Estantería para telas y figuras	\$ 110.00	\$ 330.00
	TOTAL		\$ 3,040.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 43: Requerimiento de muebles y enseres ventas

MUEBLES Y ENSERES VENTAS			
CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PRECIO UNIT	TOTAL
2	Estante para bolsos	\$ 230.00	\$ 460.00
3	Vitrina	\$ 350.00	\$ 1,050.00
	TOTAL		\$ 1,510.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuangó

2.4.4 Requerimiento de servicios básicos, equipos de protección, suministros de oficina, entre otros

Cuadro N° 44: Requerimiento de servicios básicos administración

SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MENSUAL
Luz Eléctrica (kw/h)	200	\$ 0,11	\$ 22,00
Agua Potable (m3)	21	\$ 0,54	\$ 11,34
Teléfono	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Internet	1	\$ 55,89	\$ 55,89
TOTAL			\$ 117,23

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuangó

Cuadro N° 45: Requerimiento de servicios básicos fábrica

SERVICIOS BÁSICOS FÁBRICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MENSUAL
Luz Eléctrica (kw/h)	400	0,11	\$ 44,00
Agua Potable (m3)	45	0,54	\$ 24,30
TOTAL			\$ 68,30

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuangó

Cuadro N° 46: Requerimiento de equipos de protección

EQUIPOS DEPROTECCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Extintor Recargable	1	\$ 123,20	\$ 123,20
Mandiles	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Gorras para el cabello	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Mascarillas	5	\$ 15,00	\$ 75,00
TOTAL			\$ 448,20

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 47: Requerimiento de suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
Resma de Papel Bond	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Perforadoras	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Grapadoras	2	\$ 5,50	\$ 11,00
Carpetas	10	\$ 0,20	\$ 2,00
Archivadores grandes	6	\$ 2,40	\$ 14,40
Sobres	20	\$ 0,25	\$ 5,00
Cajas de clips	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Dispensadores de cinta	2	\$ 2,40	\$ 4,80
Saca grapas	2	\$ 0,36	\$ 0,72
Caja de hojas continuas	1	\$ 15,30	\$ 15,30
Caja de lápices	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Caja de esferos	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Facturas	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Cartucho impresora	1	\$ 22,00	\$ 22,00
TOTAL			\$ 122,72

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 48: Requerimiento de publicidad

PUBLICIDAD	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Hojas volantes	2500	\$ 0.08	\$ 200.00
Desarrollo Web, Correo electrónico	1	\$350.00	\$ 350.00
Rótulo	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Tarjetas de Presentación	1200	\$ 0.10	\$ 120.00
TOTAL			\$ 1,120.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

2.4.5 Distribución física

Se enfoca la distribución del espacio físico ocupados por la instalación de los muebles y exhibición de los bolsos confeccionados con sobrantes de tela, además, se incluye la ubicación del personal.

“Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”³⁶

La elaboración del plano permite establecer varios puntos tomados en consideración así:

- Se ocupa de mejor manera el espacio físico disponible.
- Las instalaciones son distribuidas y organizadas de acuerdo a las exigencias que posea la empresa.

³⁶Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto*. (3era ed). México: Mcgraw Hill. p. 117

El lugar físico en donde se va poner en marcha el proyecto cuenta con las siguientes áreas que se detallan a continuación:

Área de Gerencia y Administración:

La superficie destinada a esta área tiene como fin brindar un espacio para que se desarrollen las actividades junto al local de venta del producto, evitándose el alquiler de un lugar para oficinas.

Área de Ventas:

Este espacio será destinado para todas las actividades de venta del producto, contará con un computador y una impresora matricial, y se lo ubicará en el área comercial del local, en lo referente a la exhibición del producto, contará con exhibidores que mostrarán todas las combinaciones existentes para la elaboración de bolsos, y también se colocará estantes que permitan mostrar los modelos de bolsos con varias combinaciones.

Área de Producción y Corte:

En estas áreas se encontrarán las máquinas de coser y de corte, los estantes de telas, las mesas y sillas para las costureras, y todo lo necesario para la confección de los bolsos.

Área de Bodegaje:

En esta área se almacenaran el producto terminado que en este caso son los bolsos confeccionados con sobrantes de tela, los cuales estarán listos para su entrega.

Área de Servicio Sanitario:

Se dispondrá de un servicio sanitario, el cual estará ubicado en la parte posterior de las oficinas.

Gráfico N°20: Diagrama gráfica ideal

29 metros

11 metros



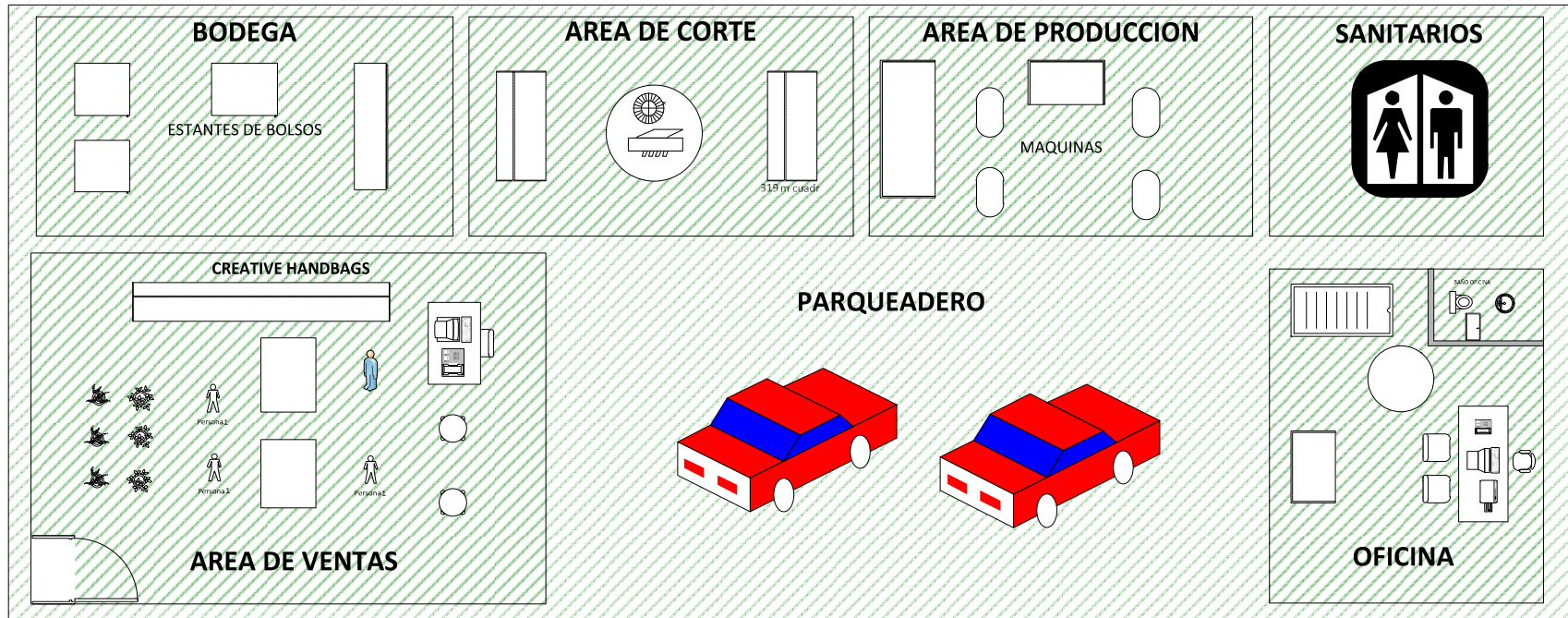
Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°21: Distribución en planta de maquinaria y equipo

Para la distribución gráfica de las instalaciones, se evaluó el local a rentar determinado en la microlocalización, y se realizó el levantamiento de los planos preliminares de cómo se dispondrá el espacio.

29 metros

11 metros



2.5 Impacto ambiental

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. Prácticamente, es la alteración de la línea de base, debido a eventos naturales.

Las acciones humanas, son los principales motivos que han producido que un bien o recurso natural sufra cambios negativos. Ahora los recursos naturales se encuentran amenazados en todos los sentidos, el agua, el suelo, el aire, son recursos que están siendo afectados por medidas o acciones sin previos estudios que permitan mitigar estos impactos, la minimización del impacto ambiental es un factor preponderante en cualquier estudio que se quiera hacer en un proyecto o acción a ejecutar, con esto se logrará que los efectos secundarios puedan ser positivos y, menos negativos.

La constitución política reconoce a las personas, el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación, declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país.

“Art. 23.- La evaluación del impacto ambiental comprenderá:

- a) La estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada;

- b) Las condiciones de tranquilidad públicas, tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y,
- c) La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.”³⁷

2.5.1 Medidas de mitigación

“La mitigación es el diseño y ejecución de obras, actividades o medidas dirigidas a moderar, atenuar, minimizar o disminuir los impactos negativos que un proyecto pueda generar sobre el entorno humano y natural. Incluso la mitigación puede reponer uno o más de los componentes o elementos del medio ambiente a una calidad similar a la que tenían con anterioridad al daño causado. En el caso de no ser ello posible, se restablecen al menos las propiedades básicas iniciales.”³⁸

La empresa de confección de bolsos con sobrantes de tela tomará en cuenta todas las normativas legales vigentes:

- La empresa contará con vías de evacuación dentro de la planta de producción y de las oficinas administrativas, debidamente señalizadas para casos de emergencia, las mismas que estarán debidamente inspeccionadas y aprobadas por el Cuerpo de Bomberos.

³⁷ Congreso Nacional. (Julio 2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Disponible en: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley-de-Gestio%C2%81n-Ambiental.pdf>

³⁸Córdoba, M.(2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Eco Ediciones

- Se contará con extinguidores de fuego de acuerdo al reglamento del Cuerpo de Bomberos, ya que la materia prima de la empresa es de alto nivel de combustión.
- Al equipo de trabajo se distribuirá mascarillas para contrarrestar los efectos producidos por la pelusa emitida por las telas de algodón, las cuales pueden llegar a las vías respiratorias ocasionando congestión nasal, alergias o malestar.
- Se va utilizar en la limpieza productos no tóxicos para el medio ambiente.

CAPÍTULO III

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Se entiende que organización implica una estructura de funciones o puestos de manera intencional y formalizada; esto significa que se logrará un trabajo en grupo más efectivo si cada una de las personas involucradas sabe que parte les corresponde desempeñar en una operación y conocen la relación entre sí de sus funciones

Al diseñar una estructura organizacional se debe determinar claramente quién realizará cuáles tareas y quién será el responsable de qué resultados, todo esto con el fin de evitar cualquier confusión e incertidumbre respecto a la asignación de actividades; ya que un correcto desempeño del recurso humano beneficiará a todas las partes involucradas.

Al ser este un proyecto de una empresa pequeña, su estructura es muy sencilla, es decir, se caracteriza por contar con poco personal, por lo que algunos de los puestos que aparecerán en el organigrama son multifuncionales, lo que implica que en muchos de los casos una sola persona ejerce varios cargos o realiza varias actividades.

3.1 Base legal

La estructura legal de la empresa comprende todo lo relacionado al marco jurídico en el que la actividad empresarial y lucrativa se va a involucrar; antes de ponerse en marcha el proyecto, éste debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes.

El ordenamiento de cada país es fijado por una constitución política, leyes, reglamentos y decretos, entre otros, determinando de esta manera las diversas normas, permisivas o prohibitivas que pueden afectar, de manera directa o indirecta, en el normal funcionamiento de una organización.

Es por esto que se hace necesariamente importante investigar la legislación ecuatoriana, para determinar si existe alguna restricción que imposibilitará la creación y el planteamiento legal de la misma.

3.1.1 Constitución de la empresa

Según la Ley de Compañías en el Art. 92: “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.”³⁹

³⁹ Congreso Nacional.(5 de noviembre 1999). *Ley de Compañías*. Ecuador. p .17

3.1.1.1 Características

Dentro de las principales características de la compañía de responsabilidad limitada se pueden citar:

a. La existencia real de un capital fundacional mínimo íntegramente suscrito, pagado cuando menos en un cincuenta por ciento de cada participación y no inferior a cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.- La fijación del capital es requisito de la escritura de constitución, lo que tiene una importancia de primer orden por cuanto sirve para indicar a los acreedores cuál es el patrimonio que ha de servir de garantía para las deudas contraídas por los administradores de la sociedad en nombre de ésta, en la compañía de responsabilidad limitada rige el principio de la división del capital en partes, que en este caso no se llaman acciones, sino participaciones sociales. La Ley de Compañías en el Art. 92 establece que en esta compañía el capital está representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo a lo que dispone la Ley. Ahora bien, la participación social implica la idea de la división del capital y al propio tiempo sirve para medir los derechos del socio. Está pues, la participación en los derechos del socio en proporción a la participación en el capital social. Por su parte, el Art. 106 de la Ley de Compañías establece que las participaciones en esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles, lo que implica que no existe límite al número de participaciones que cada socio pueda tener; las cuales, acumuladas o sumadas entre sí, nos darán la medida de los derechos del socio en la sociedad; y, que las participaciones son indivisibles.

b. Respecto a la limitación de la responsabilidad, obviamente cuando se habla de responsabilidad limitada no se piensa en la sociedad misma, sino en sus socios. La sociedad, como persona jurídica capaz de obligarse, responde siempre ilimitadamente, es decir, con todos sus bienes presentes y futuros. En las relaciones contractuales de la sociedad con otros sujetos jurídicos siempre rige el principio de la ilimitación de responsabilidad. Lo que ocurre en materia de la sociedad llamada de responsabilidad

limitada, es que el patrimonio responsable de la sociedad se forma de aportaciones limitadas de los socios y que, estas aportaciones, no pueden ser aumentadas sin un nuevo consentimiento suyo. Una vez realizada la aportación, el socio no responde ni frente a la sociedad ni frente a los acreedores sociales, pues los socios no están obligados a pagar con sus propios fondos las deudas de la compañía, sino tan sólo a aportar a ella el capital suscrito. Los acreedores sociales solo pueden dirigirse contra el patrimonio de la sociedad; en ningún caso contra el patrimonio de los socios.

c. El capital social se divide en cuotas de igual valor, las que no pueden ser representadas por títulos negociables, sino por participaciones que podrán transferirse en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, sólo si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social, expresado en junta general.

d. La Ley de Compañías establece un número mínimo y máximo de socios, así y conforme a las reformas introducidas en la Ley de Compañías a través de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, la compañía puede constituirse y subsistir con un mínimo de dos socios, por cuanto, el contrato como negocio jurídico implica, por lo menos, la existencia de dos personas. Por su parte, el Art. 95 de la Ley de Compañías contempla que esta especie de compañía no podrá funcionar como tal si sus socios excedieren del número de quince, y en el evento de ocurrir aquello, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. La existencia de un número mayor de socios derribaría uno de los pilares básicos sobre los que se construye la sociedad de responsabilidad limitada, un número mayor a quince no sería ya propicio a la absoluta identidad y a la confianza que se supone constituyen las normas directrices de las sociedades de personas.

e. Se habla de razón social cuando el nombre de la sociedad está formado con menciones personales; en tanto que la denominación puede formarse con palabras que hagan referencia a la actividad objetiva de la empresa con independencia de todo nombre de persona. El Art. 92 de la Ley de Compañías, permite el uso de una razón social o denominación objetiva, a las que deben añadirse en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.

3.1.1.2 Procedimiento para la constitución de la sociedad de responsabilidad limitada

Aprobación del nombre de la compañía

Trámite

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Documentación

Copia de cédula.

Apertura cuenta de integración de capital

Trámite

Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la compañía
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del capital.
4. El valor del depósito

Celebrar la escritura pública

Trámite

Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la compañía

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la compañía
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la compañía
5. Pago derechos Notaría

Solicitar la aprobación de las escrituras de constitución

Trámite

Las escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías

Documentación

1. Tres copias certificadas de las escrituras de constitución
2. Copia de la cédula del abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las escrituras de constitución de la compañía

Obtener la resolución de aprobación de las escrituras

Trámite

La Superintendencia de Compañías nos entregará las escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.

Documentación

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

Cumplir con las disposiciones de la resolución

Trámite

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

Documentación

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de las escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la empresa.

Inscribir las escrituras en el Registro Mercantil

Trámite

Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las escrituras en el Registro Mercantil.

Documentación

1. Tres copias de las escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

Elaborar nombramientos de la directiva de la compañía

Trámite

Una vez inscritas las escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil

Trámite

Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Documentación

1. Tres copias de cada Nombramiento
2. Copia de las escrituras de Constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

Reingresar los documentos a la Superintendencia de Compañías

Trámite

Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la compañía.

Documentación

1. Formulario RUC 01A
2. Formulario RUC 01B
3. Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
5. Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
6. Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
7. Publicación del extracto

Obtener el RUC

Trámite

Reingresadas las escrituras se entregarán las hojas de datos de la compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

Retirar la cuenta de integración de capital

Trámite

Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

Documentación

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
2. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

Aperturar una cuenta bancaria a nombre de la compañía

Trámite

La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejarán la cuenta.
3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

Obtener la patente

Trámite

Dirigirse a las oficinas del Distrito Metropolitano de Quito en El Condado, ya que la empresa va estar ubicada por el sector Cotocollao. La validación de la patente estará lista en 24 horas a fin de que el contribuyente cancele el valor generado.

Documentación

1. Formulario debidamente llenado de declaración de patente municipal suscrito por el representante legal
2. Copia del nombramiento del representante legal.
3. Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
4. Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica en el caso de empresas nuevas.
5. El pago en la primera vez es el 1% del capital declarado, más otros valores.

Obtener permiso del medio ambiente

1. Copia del RUC del establecimiento.
2. Copias de la Cédula y Certificado de Votación del representante legal
3. Llenar y sacar copia del formulario
4. La inspección hacen en un tiempo máximo de 5 a 15 días, posteriores a la presentación de los documentos.

Obtener permiso de bomberos

Trámite

Realizaran una previa inspección para constatar el local, basándose en la Ley de Defensa Contra Incendios.

El local comercial o empresa debe tener:

- Instalación eléctrica en buen estado.
- Vías de evacuación de acuerdo a las normas
- Extintores a una altura de 1,50 metros contabilizando desde el piso, el extintor debe ser de polvo químico seco o de CO2.

Registro en el instituto ecuatoriano de seguridad social

1. Ingresar a la página web: www.iess.gob.ec⁴⁰
2. IESS en línea *Empleadores
3. Click en Sistema de Empleadores
4. Actualización de datos del registro patronal.
5. Escoger el sector que pertenece: Privado, Público y Doméstico
6. Ingresar datos obligatorios que tienen asterisco
7. Digitar el número de RUC
8. Seleccionar el tipo de empleador
9. En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.
10. Presentar la solicitud adjuntando los siguientes documentos:
 - ❖ Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
 - ❖ Nombramiento del Representante Legal
 - ❖ Copia del RUC actualizado
 - ❖ Copia de ultima planilla de Agua, Luz o teléfono

⁴⁰ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. *Procedimiento para el registro del empleador en el IESS*. Disponible en www.iess.gob.ec. (26 / Marzo/ 2012)

Obtener permiso para imprimir facturas

Trámite

Para que la compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la compañía.

Documentación

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de Bomberos.
3. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la compañía.
4. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la compañía.
5. Registro patronal en el IESS.
6. Patente municipal.
7. Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial.

3.1.2 Titularidad de propiedad de la empresa

Las características de la empresa serán: 3 socios, con un aporte de capital social mínimo de \$400 dólares, las obligaciones del socio será 50% capital suscrito y diferencia en 1 año, y el tipo de administración será Junta General de Socios

Por consiguiente, la empresa será CREATIVE HANDBAGS CIA LTDA.; con personería jurídica, ya que estará legalmente constituida como una pequeña empresa de responsabilidad limitada, conformada por tres accionistas, quienes tomarán las decisiones y responsabilidades por las obligaciones que contraiga la empresa.

3.1.3 Tipo de empresa

La empresa que se trata en esta investigación pertenece a la industria textil la cual utiliza telas para confeccionar prendas u otros elementos, en este caso bolsos de mujer. La industria textil aporta para el desarrollo y crecimiento del sector manufacturero con productos innovadores.

Por ello la necesidad de mejorar la competitividad de la industria que permita competir en el mercado extranjero, incentivar la producción y generar fuentes de trabajo.

La actividad textil constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra y es, además, una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como industria de plásticos, industria química, etc.

La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo, se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con artículos de origen externo, en particular los de procedencia china.

Mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados foráneos, incentivar la producción y, por lo tanto, generar importantes plazas de empleo. El presente análisis utiliza información ofrecida por el INEC y se complementa con datos relevantes de otras fuentes con el fin de establecer la importancia del sector en relación a la economía nacional, a la industria manufacturera, al comercio de bienes y servicios y dentro del consumo de los hogares, así como la evolución de indicadores de la industria que permitan realizar un diagnóstico del desempeño económico del sector.

3.1.4 Nombre o razón social

Un buen nombre motiva a las personas a comprar el producto identifica o conduce a los clientes hacia la compañía que lo utiliza. Los nombres comerciales que han adquirido gran valor a lo largo de los años generan grandes utilidades y ganancias, por eso la importancia de darle a la empresa un nombre que interese al público y con el que se sientan identificados.

El nombre comercial para la empresa será **“CREATIVE HANDBAGS CIA LTDA”**

Gráfico N°22: Logotipo de la empresa



Elaborado por: Daniela Cacuango

En español el nombre significa “Bolsos Creativos” porque cada diseño de los bolsos que se realizan tiene su propio arte, y son bolsos únicos por la técnica y material utilizado provenientes de retazos de tela.

Estos bolsos son creados con el fin de utilizarlos y llevarlos donde quieran, en cualquier temporada, pensados en el gusto de cada mujer.

Slogan:

“El estilo de cuidar y estar a la moda.”

Lo que indica el slogan es que la empresa siempre hará sus diseños pensando en los gustos y preferencias de la mujer actual y moderna de hoy en día, que les hará sentir que tienen un estilo único, ya que también al poner la palabra cuidar estamos señalando que además de estar a la moda, también se ayudará al medio ambiente.

3.2 Base filosófica de la empresa

La filosofía de la empresa está constituida por elementos como visión y misión, principios y valores que permite construir una cultura organizacional adecuada de los cuales se conocerá a que se dedicara la empresa y que busca para un futuro.

3.2.1 Misión

La misión es la base principal de toda organización, es el punto de partida para establecer los objetivos y formular estrategias, se define como “la razón de ser de la empresa”

Cuadro N° 49: Consideraciones básicas para la misión.

Preguntas	Respuestas
¿Quién soy?	Creative Handbags
¿Qué hago?	Productora y comercializadora de bolsos con sobrantes de tela.
¿Cómo lo hago?	A través de estándares y procesos de calidad.
¿Con qué lo hago?	Con recursos financieros y tecnología de punta.
¿Con quién lo hago?	Con personal calificado con mente innovadora para nuevos productos
¿Para quién lo hago?	El producto está dirigido para clientes y colaboradores.
¿Para qué lo hago?	Para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Elaborado por: Daniela Cacuango

MISIÓN

Creative Handbags es una empresa productora y comercializadora de bolsos con sobrantes de tela a través de estándares y procesos de calidad con recursos financieros, tecnología de punta y personal calificado, con mente innovadora para nuevos productos buscando satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

3.2.2 Visión

“Una visión es un mapa de rutas del futuro de una compañía, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades que planea desarrollar.”⁴¹

“Es la expresión formal de cómo la empresa “ve” su realidad futura en el más alto nivel.”⁴²

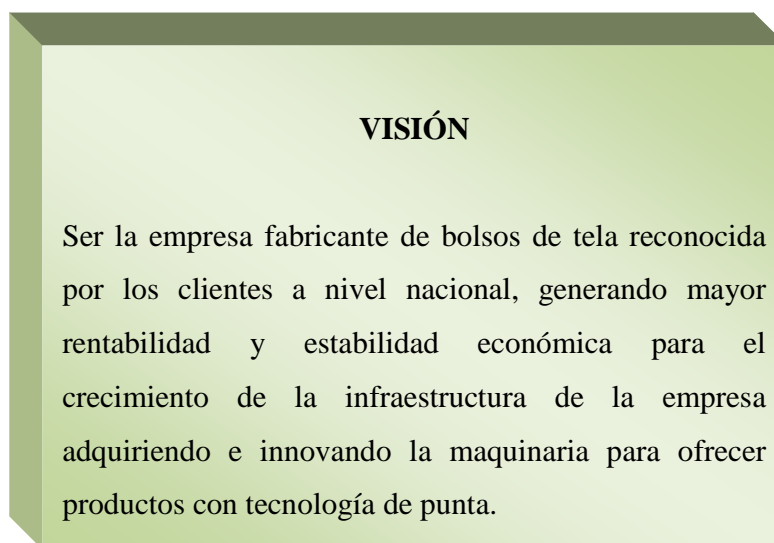
⁴¹Strickland y Thompson. (2001). *Administración Estratégica, Conceptos y Casos*. (11va Edición MacGrawHill

⁴²CórdobaPadilla, M. (2006). *Formulación Y Evaluación De Proyectos*. Eco Ediciones.

Cuadro N° 50: Consideraciones básicas para la visión

Preguntas	Respuestas
¿Cuáles son los productos y/o servicios a futuro?	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de modelos en tamaños y colores. • Innovación del producto
¿Si todo marchara como se planeó, cuál sería la situación de empresa después de 3 años?	Reconocimiento de la empresa por los clientes a nivel nacional, generando mayor rentabilidad y estabilidad económica para el crecimiento de la infraestructura de la empresa
¿Qué avances tecnológicos podrían incorporarse?	Adquisición e innovación de nueva maquinaria.
¿Qué recursos humanos necesitaría?	Talento humano para las áreas de la empresa.

Elaborado por Daniela Cacuango



3.2.3 Principios y valores

“**Principios.-** Elementos éticos aplicados que guían las decisiones de la empresa y definen el liderazgo de la misma”⁴³

“**Los valores.-** Son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud.”⁴⁴

La empresa se guiará en base a una serie de principios y valores, los mismos que deben ser respetados y considerados a seguir:

Cuadro N° 51: Matriz de los valores corporativos

Grupo Referencia Valores	SOCIEDAD	FAMILIA	EMPRESA	COMPETENCIA	PROVEEDORES	CLIENTES
Credibilidad	X	X	X	X	X	X
Responsabilidad	X	X	X		X	X
Puntualidad	X	X	X		X	X
Lealtad	X	X	X		X	X
Honestidad	X	X	X	X	X	X
Honradez	X	X	X		X	X
Respeto	X	X	X	X	X	X

Elaborado por: Daniela Cacuango

⁴³Salazar, F. (2003). *Gestión Estratégica De Negocios*. p. 144

⁴⁴Jiménez, J. (2008). *El Valor de los valores en las Organizaciones*. (3era ed.) disponible en <http://www.elvalordelosvalores.com/definicion/index.html>

Principios y Valores Corporativos

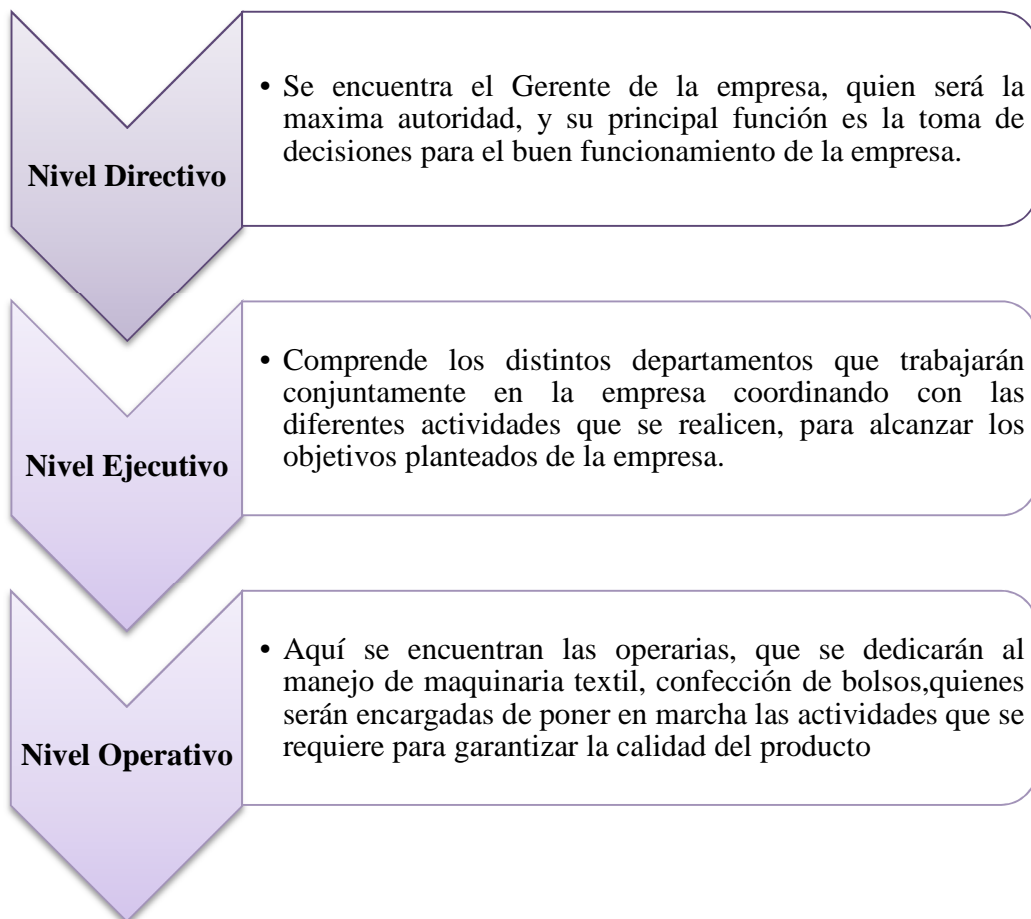
- **Responsabilidad:** La empresa aplicará la responsabilidad con la sociedad cuidando que la empresa no contamine al ambiente. Aplicará este valor en la ejecución de todas y cada una de las actividades que se presenten en la organización.
- **Puntualidad:** La empresa aplicará la puntualidad en el trabajo y en todas las acciones a realizar
- **Integridad:** La empresa aplicará la integridad en cada acción a realizarse con la sociedad, familia y competencia.
- **Lealtad:** Esto se aplicará ante la sociedad cumpliendo a cabalidad con todos los principios del buen vivir.
- **Honestidad:** La empresa aplicará honestidad con la sociedad, familias y clientes, ya que brindará un producto de calidad, también será honesta con la competencia, ya que realizará estrategias legales con el fin de que la empresa sea más competitiva.
- **Honradez:** La empresa aplicará la honradez en el trabajo a realizar.
- **Respeto:** La empresa aplicará el respeto con la sociedad rigiéndose a todas las normas de calidad, con la empresa siguiendo todas las normas y reglas establecidas y con la competencia considerándola como un ente competitivo.

3.3 Organización Administrativa

3.3.1 Estructura orgánica

La estructura orgánica de la empresa presenta los siguientes niveles:

Gráfico N°23: Estructura orgánica



Elaborado por: Daniela Cacuango

3.3.2 Organigrama empresarial

La organización empresarial es la estructura de cómo alcanzar los objetivos planteados, y cuya dependencia es la planificación.

Para que la empresa tenga una buena organización dependerá de elementos humanos, materiales y financieros, con la única finalidad de alcanzar los objetivos propuestos como se observará en los organigramas.

La organización administrativa se lo representa mediante organigramas que son demostraciones gráficas de la estructura organizacional, en donde se manifiesta la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio; los organigramas representan:

- ❖ Unidad de mando en la organización.
- ❖ Niveles jerárquicos
- ❖ Relación existente entre unidades
- ❖ Líneas de comunicación

El personal que trabajará en la empresa, están divididos acorde a su desempeño y áreas, como:

- * Directivo
- * Apoyo

Las actividades que van a desempeñar el personal requerido se las describe de la siguiente manera:

Personal Directivo.- Se encarga de dirigir de manera eficiente las actividades relacionadas con la administración para cumplir con los objetivos y funciones de la empresa.

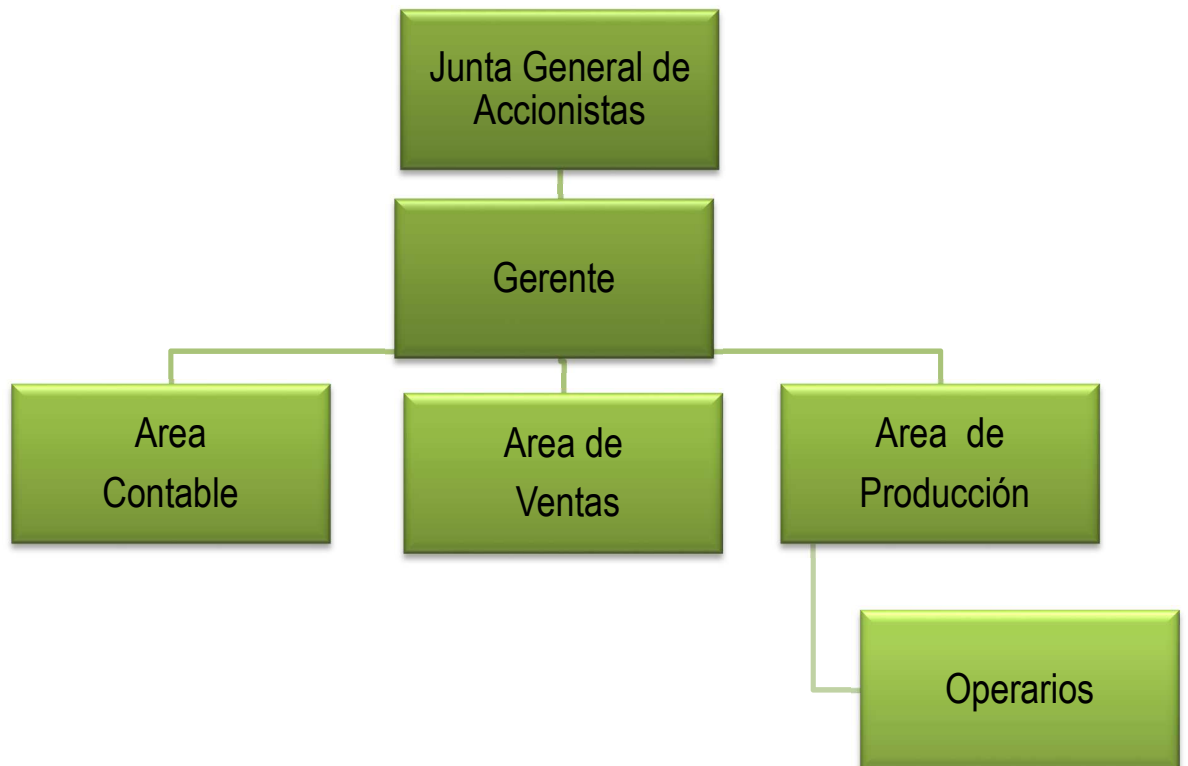
Personal de Apoyo.- Se considera en este punto al personal que mantiene comunicación directa con el consumidor, que se encargará de su atención y asesoría de imagen. Se incluye también en este punto al diseñador de modas y a la persona encargada de publicidad, quienes no se les tomarán en cuenta en la nómina porque su trabajo será solo por horas y su remuneración se dirigirá directamente al gasto.

3.3.2.1 Organigrama de la empresa

El organigrama representa una herramienta fundamental en toda empresa, el cual nos sirve para conocer la estructura general de la organización, señala la vinculación que existe entre sí de los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales.

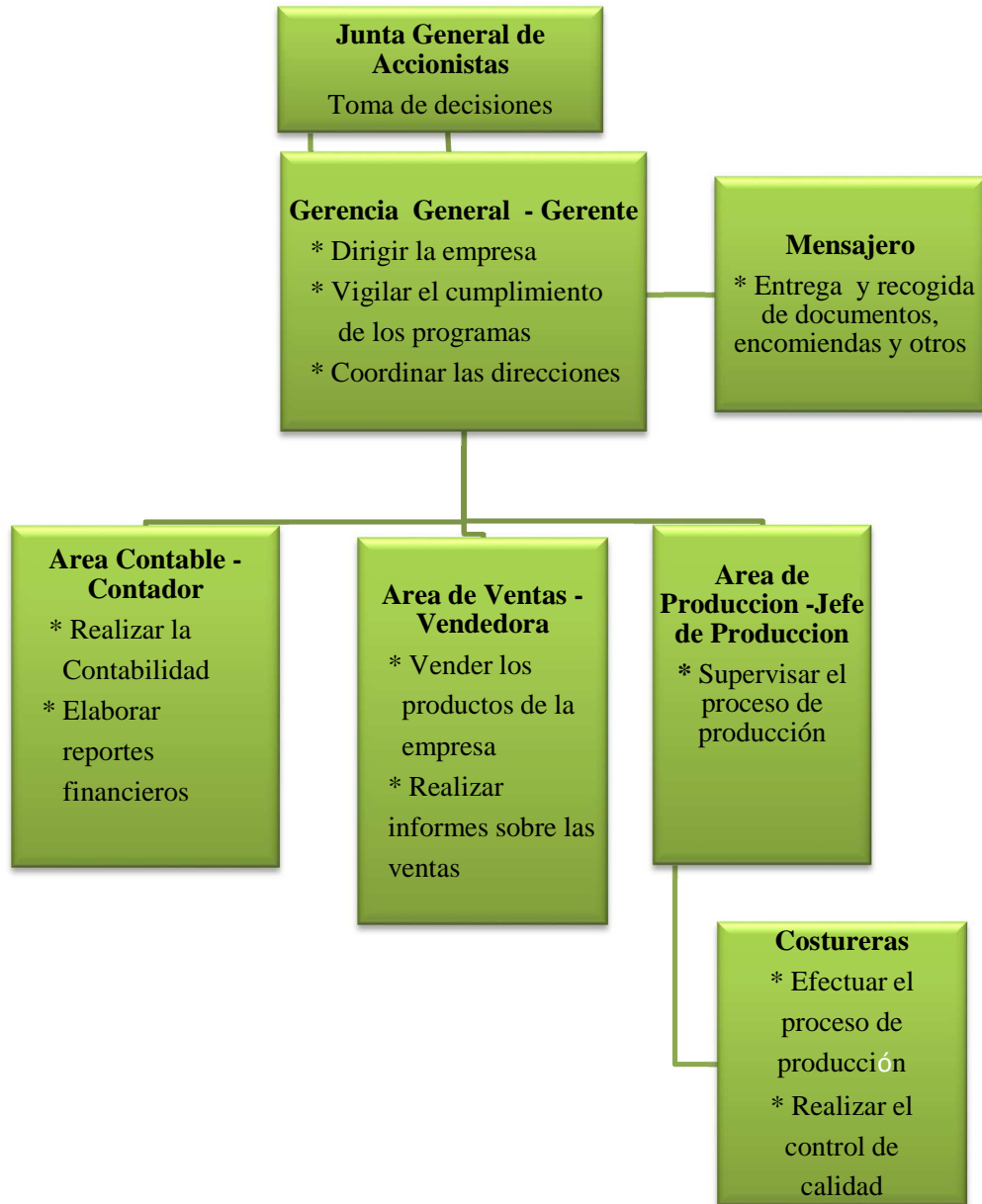
Para saber cuáles son los organismos y cargos que componen la estructura organizacional de la empresa se presentara a continuación el siguiente organigrama:

Gráfico N°24: Organigrama estructural



Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°25: Organigrama funcional



Elaborado por: Daniela Cacuangó

3.3.3 Descripción de funciones

A continuación se describirá las funciones de cada área de trabajo, así como también las responsabilidades:

Accionistas:

- » Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias y de los informes sobre los negocios sociales que sean presentados por el Gerente General, y los auditores externos en caso de existir.
- » Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades liquidas disponibles para el pago de dividendos
- » Toma de decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del aumento o disminución de capital suscrito o autorizado, y de cualquier reforma de los estatutos sociales
- » Selección de auditores externos en caso de ser requeridos.
- » Ejercer las demás funciones que estén establecidas en la ley y en los estatutos de la empresa

Gerente General:

- » Dirigir la empresa, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- » Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- » Definir las principales políticas de la empresa.
- » Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- » Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

- » Coordinar con la Contadora externa y con la operaria para elaborar los presupuestos, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- » Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, proveedores, y colaboradores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- » Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- » Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- » Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.

Contador(a):

- » Pago a colaboradores
- » Pago a proveedores
- » Informar al cliente sobre los productos de la empresa
- » Realizar y contestar llamadas telefónicas, fax o correos electrónicos.
- » Realizar cotizaciones
- » Contactar con los clientes para hacer nuevos pedidos
- » Contactar con proveedores para requerimiento de insumos.
- » Realizar aperturas y seguimiento de los libros de contabilidad
- » Establecimiento del sistema de contabilidad
- » Declaración y pagos de impuestos.
- » Realizar los estudios de estados financieros, balances generales y sus análisis
- » Aplicación de beneficios y reporte de dividendos.
- » Pago de planillas de servicios básicos.
- » Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

Vendedor(a):

- » Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales
- » Vender los productos de la empresa
- » Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinados
- » Realizar informes sobre las ventas realizadas y novedades de sus clientes.
- » Al principio del negocio no se contará con un jefe en ventas, pero a futuro será necesario esta persona, que tendrá la facultad para iniciar negociaciones y poder comercializar el producto y un buen desenvolvimiento con el portafolio de productos.

Jefe de producción

- » Revisar que la producción de los bolsos y carteras se encuentre al día, considerando las fechas de entrega de cada pedido.
- » Ser responsable de revisar todos los procesos de elaboración de los bolsos y carteras.
- » Determinar cuántas unidades se necesitarán producir en un mes.
- » Determinar los estándares del trabajo.
- » Tomar decisiones sobre los estándares de calidad.

Operarias - Costureras

- » Será la encargada de todas las actividades que requiere el proceso de producción de bolsos.
- » Manejar la maquinaria necesaria para la elaboración de los bolsos.
- » Realizar el proceso de confección.
- » Selección de materiales y telas para la fabricación.
- » Cortado de hilos.
- » Terminado del producto.
- » Realizar el control de calidad del producto.
- » Comunicar cualquier situación fuera del proceso en cuanto a la producción.

Mensajero:

- » Básicamente su función es la de recogida del material en un punto de la distribución y el de la entrega en el otro punto final de la distribución.
- » Asume la función de entrega de la documentación administrativa oportuna, con el cumplimiento de los datos del que entrega y del que recibe, con las firmas oportunas y los horarios de entrega-recogida
- » Organizar su propia ruta de entregas y recogidas para optimizar mejor el tiempo, aunque a veces simplemente debe seguir la ruta prefijada por el jefe de rutas

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

“La parte del análisis financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación financiera.”⁴⁵

En este capítulo vamos a analizar la información previamente establecida de los estudios: de mercado, técnico, y organizacional; a través de los cuáles se establecerá la cuantificación del volumen de capital que será necesario invertir para la ejecución del proyecto, a fin de ser incorporada como un antecedente más en la proyección del flujo de caja que posibilite su posterior evaluación. El volumen de los recursos económicos a invertir dependerá de las características del proyecto. A continuación se definirá el tipo de inversiones que se realizará, así como también la forma de financiamiento para cubrir las necesidades de la empresa.

⁴⁵Baca, G. (2005). *Evaluación de proyecto*. (5ta ed). México: Mcgraw Hill. p. 134

4.1 Presupuestos

“El presupuesto es una herramienta de planificación, coordinación y control de funciones que presenta en términos cuantitativos las actividades a ser realizadas por una organización, con el fin de dar el uso más productivo en sus recursos, para alcanzar determinadas metas.”⁴⁶

Para determinar el monto de la inversión total para la puesta en marcha del proyecto se debe cuantificar todos los activos fijos, así como el capital de trabajo necesario para comenzar las operaciones de la empresa.

4.1.1 Activos fijos

“Son bienes tangibles de larga duración adquiridos con el objeto de apoyar las operaciones; por ejemplo: terrenos, edificios, autos, etc.”⁴⁷

⁴⁶ Del Rio González, C. (2009). *El Presupuesto*. (10ma edición). México: Editorial Latinoamericana. p.7

⁴⁷ Sánchez, L. (2008). *Introducción a la contaduría*. México: Pearson Prentice Hall

4.1.1.1 Presupuesto de activos fijos

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

Cuadro N° 52: Presupuesto de activos fijos

PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS		
DETALLE	CUADRO No	VALOR
ACTIVOS FIJOS		
INTALACIONES Y ADECUACIONES	37	\$ 15,000.00
EQUIPOS DE COMPUTACION	38	\$ 2,696.00
EQUIPOS DE OFICINA	39	\$ 552.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	40	\$ 3,470.00
MUEBLES Y ENSERES	41,42,43	\$ 5,300.00
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS		\$ 27,018.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

4.1.2 Capital de trabajo

“Está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, etc.”⁴⁸

⁴⁸ Baca, G. (1998). *Evaluación de proyecto.* (3era ed). México: Mcgraw Hill. p .139

El capital de trabajo es el dinero que se necesita para el giro del negocio, en el presente proyecto se calculará para tres meses de producción.

Cuadro N° 53: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR
COSTOS DIRECTOS	
Materia Prima Directa	\$ 3,960.00
Materiales Directos	\$ 1,606.50
Mano de Obra Directa	\$ 5,974.25
TOTAL	\$ 11,540.75
COSTOS INDIRECTOS	
Materia Prima Indirecta	\$ 827.00
Mano de Obra Indirecta	\$ 1,942.75
Equipos de Protección	\$ 448.20
Servicios Básicos (Fábrica)	\$ 204.90
TOTAL	\$ 3,422.85
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos	\$ 5,828.25
Suministros de Oficina	\$ 154.72
Servicios Básicos (Administración)	\$ 351.68
Arriendo	\$ 1,500.00
Gastos de Constitución	\$ 1,680.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9,514.65
GASTOS DE VENTAS	
Publicidad	\$ 950.00
Sueldo Vendedoras	\$ 3,338.23
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 4,288.23
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 28,766.49

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

4.2 Presupuesto de operaciones

El presupuesto de operación permite hacer un análisis de la venta de nuestros productos, esto nos servirá para proyectar los resultados obtenidos al final del período.

Incluye el presupuesto de todas las actividades para el período siguiente al cual se elabora y cuyo contenido a menudo se resume en un estado de pérdidas y ganancias.

Entre éstos se incluye:

- Ventas.
- Producción.
- Compras.
- Uso de Materiales.
- Mano de Obra.
- Gastos Administrativos

4.2.1 Presupuesto de ingresos

“Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender y el precio de los productos”⁴⁹

Los ingresos de la empresa van a estar dados por las ventas del producto, es decir, la cantidad de bolsos requeridos por el cliente en un período determinado a un precio específico, lo cual está compuesto por todos los recursos que se estima captar durante un año.

⁴⁹Ramírez Padilla, L. *Contabilidad De Costos Y Presupuestos*, Editorial: Mc Graw Hill

4.2.1.1 Determinación del precio del producto

Para establecer el precio del bolso de retazos de tela, se determina el costo de producción y el costo de distribución, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 54: Precio del producto

PRECIO DEL PRODUCTO		
COSTO PRIMO		
Materia Prima Directa		\$ 1,320.00
Materiales Directos		\$ 360.00
Mano de Obra Directa		\$ 1,991.42
TOTAL COSTO PRIMO		\$ 3,671.42
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Costo Primo		\$ 3,671.42
CIF		\$ 1,528.08
Materia Prima Indirecta	\$364.00	
Mano de Obra Indirecta	\$ 647.58	
Equipos de Protección	\$448.20	
Depreciaciones Fábrica	\$54.25	
Servicios Básicos (Fábrica)	\$68.30	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$5,199.50
COSTO DE DISTRIBUCIÓN		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 4,523.51
Sueldos	\$ 1,942.75	
Suministros de Oficina	\$122.72	
Servicios Básicos (Administración)	\$117.23	
Depreciación Administración	\$ 160.81	
Arriendo	\$ 500.00	
Gastos de Constitución	\$ 1,680.00	
GASTOS DE VENTAS		\$2,519.12
Publicidad	\$ 850.00	
Sueldo Vendedoras	\$ 1,669.12	
GASTOS FINANCIEROS		\$ 245.00
Interés del Préstamo	\$245.00	
TOTAL COSTO DE DISTRIBUCIÓN		\$ 7,287.63

COSTO TOTAL	
Costo de Producción	\$ 5,199.50
Costo de Distribución	\$ 7,287.63
COSTO TOTAL	\$ 12,487.13

COSTO TOTAL UNITARIO	
Costo Total	\$ 12,487.13
Unidades a Producir Mensual	\$ 600.00
COSTO TOTAL	\$ 20.81

PRECIO DE VENTA	
Costo Total	\$ 12,487.13
Utilidad 20%	\$ 2,497.43
PRECIO DE VENTA	\$ 14,984.56

PRECIO DE VENTA UNITARIO	
Precio Unitario	Precio de Venta/ Unidades a Producir
Precio Unitario	14,984.56/600
Precio Unitario	\$ 24.97

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 55: Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDAD BOLSO	7,200	7,200	8,640	10,080	10,080
PRECIO DE VENTA	\$24.97	\$26.19	\$27.46	\$28.79	\$ 30.18
TOTAL INGRESOS	\$179,814.66	\$188,535.67	\$237,215.59	\$290,173.97	\$304,247.40

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

4.2.2 Presupuesto de egresos

Son todos aquellos gastos que se estima se devengarán en el período, sean estas salidas de dinero, efectivo de caja o no.

A continuación se menciona algunos rubros representativos que integran los costos de producción, gastos de administración, venta y financieros.

- Materias primas y otros materiales
- Materiales indirectos
- Mano de obra directa
- Mano de obra indirecta
- Gastos de mantenimiento
- Cargos de depreciación
- Gastos de administración
- Gastos de Venta
- Gastos financieros

Cuadro N° 56: Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Costos Directos					
Materia Prima Directa	\$15,840.00	\$16,608.24	\$20,896.49	\$25,561.63	\$26,801.37
Materiales Directos	\$6,426.00	\$6,737.66	\$8,410.04	\$10,228.80	\$10,724.90
Mano de Obra Directa	\$ 23,897.00	\$26,556.00	\$ 27,843.97	\$ 29,194.40	\$ 30,610.33
Total Costos Directos	\$46,163.00	\$49,901.91	\$57,150.50	\$64,984.83	\$68,136.60
Costos Indirectos de Fabricación					
Materiales Indirectos	\$2,910.50	\$3,051.66	\$3,798.70	\$4,480.89	\$4,698.22
Mano de Obra Indirecta	\$ 7,771.00	\$ 8,647.89	\$ 9,067.32	\$ 9,507.08	\$ 9,968.17
Equipos de Protección	\$448.20	\$469.94	\$564.19	\$591.55	\$620.24
Depreciación Fábrica	\$651.00	\$1,302.00	\$1,953.00	\$2,604.00	\$3,255.00
Servicios Básicos Fábrica	\$819.60	\$859.35	\$901.03	\$944.73	\$990.55
Mantenimiento	\$-	\$134.50	\$134.50	\$134.50	\$134.50
Total Costos Indirectos de Fabricación	\$12,600.30	\$14,465.34	\$16,418.73	\$18,262.75	\$19,666.68
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$58,763.30	\$64,367.25	\$73,569.24	\$83,247.59	\$87,803.28
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	\$23,313.00	\$25,943.68	\$27,201.95	\$28,521.24	\$29,904.52
Depreciación Administrativa	\$1,929.78	\$3,859.55	\$5,789.60	\$4,124.80	\$5,156.00
Suministros de Oficina	\$406.12	\$425.82	\$446.47	\$468.12	\$490.83
Servicios Básicos	\$1,406.74	\$1,474.96	\$1,546.50	\$1,621.50	\$1,700.15
Gastos de Constitución	\$1,680.00	\$-	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ -	\$232.04	\$232.04	\$232.04	\$232.04
Arriendo	\$6,000.00	\$6,291.00	\$6,596.11	\$6,916.03	\$7,251.45
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 34,735.63	\$ 38,227.05	\$ 41,812.67	\$ 41,883.73	\$ 44,734.99

GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	\$1,120.00	\$1,174.32	\$1,231.27	\$1,290.99	\$1,353.60
Sueldo Vendedoras	\$ 20,029.40	\$ 21,865.55	\$ 22,926.03	\$ 24,037.94	\$ 25,203.78
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$21,149.40	\$23,039.87	\$24,157.30	\$25,328.93	\$26,557.38
GASTOS FINANCIEROS					
Interés	\$2,790.29	\$2,407.63	\$1,919.93	\$1,298.37	\$506.21
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$2,790.29	\$2,407.63	\$1,919.93	\$1,298.37	\$506.21
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$117,438.63	\$128,041.79	\$141,459.14	\$151,758.62	\$159,601.86

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

4.3 Estructura de capital

La estructura de capital se divide de la siguiente manera:

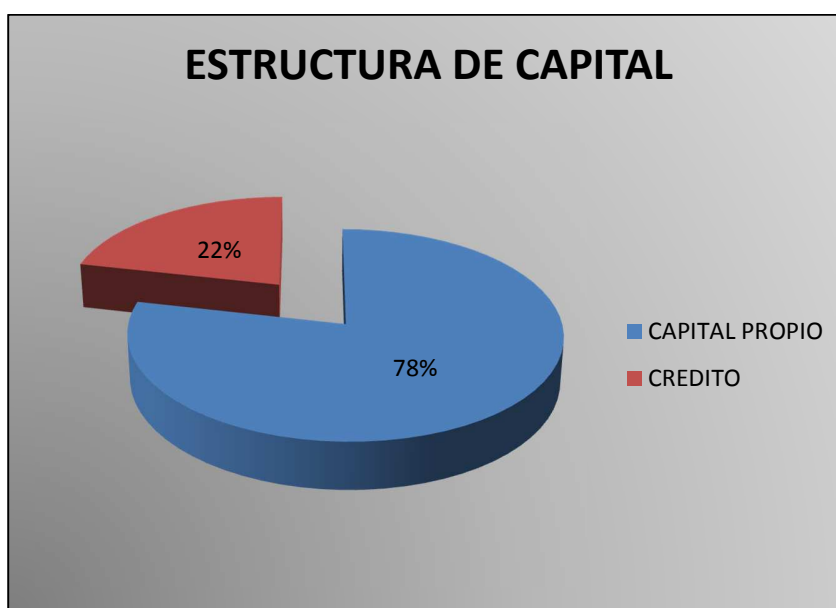
Cuadro N° 57: Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
CAPITAL	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	\$ 43,784.49	78%
CRÉDITO	\$ 12,000.00	22%
TOTAL	\$ 55,784.49	100%

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°26: Estructura de capital



Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

El 22% será financiado con un préstamo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao a 5 años con el 24,5% de interés, y el 78% serán recursos propios.

Los valores correspondientes a la amortización de la deuda que el proyecto deberá realizar por el pago de intereses y capital a través del financiamiento con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao es:

Cuadro N° 58: Tabla de amortización Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
CRÉDITO	12.000,00			
TIEMPO	5,0			
TASA DE INTERES	24,50			
PERIODO	AMORTIZACIÓN	INTERES	CUOTA	SALDO
0				\$ 12.000,00
1	\$ 103,71	\$ 245,00	\$ 348,71	\$ 11.896,29
2	\$ 105,82	\$ 242,88	\$ 348,71	\$ 11.790,47
3	\$ 107,98	\$ 240,72	\$ 348,71	\$ 11.682,48
4	\$ 110,19	\$ 238,52	\$ 348,71	\$ 11.572,29
5	\$ 112,44	\$ 236,27	\$ 348,71	\$ 11.459,85
6	\$ 114,73	\$ 233,97	\$ 348,71	\$ 11.345,12
7	\$ 117,08	\$ 231,63	\$ 348,71	\$ 11.228,04
8	\$ 119,47	\$ 229,24	\$ 348,71	\$ 11.108,57
9	\$ 121,91	\$ 226,80	\$ 348,71	\$ 10.986,67
10	\$ 124,40	\$ 224,31	\$ 348,71	\$ 10.862,27
11	\$ 126,94	\$ 221,77	\$ 348,71	\$ 10.735,34
12	\$ 129,53	\$ 219,18	\$ 348,71	\$ 10.605,81
13	\$ 132,17	\$ 216,54	\$ 348,71	\$ 10.473,64
14	\$ 134,87	\$ 213,84	\$ 348,71	\$ 10.338,77
15	\$ 137,62	\$ 211,08	\$ 348,71	\$ 10.201,14
16	\$ 140,43	\$ 208,27	\$ 348,71	\$ 10.060,71
17	\$ 143,30	\$ 205,41	\$ 348,71	\$ 9.917,41
18	\$ 146,23	\$ 202,48	\$ 348,71	\$ 9.771,18
19	\$ 149,21	\$ 199,49	\$ 348,71	\$ 9.621,97
20	\$ 152,26	\$ 196,45	\$ 348,71	\$ 9.469,71
21	\$ 155,37	\$ 193,34	\$ 348,71	\$ 9.314,34
22	\$ 158,54	\$ 190,17	\$ 348,71	\$ 9.155,81
23	\$ 161,78	\$ 186,93	\$ 348,71	\$ 8.994,03
24	\$ 165,08	\$ 183,63	\$ 348,71	\$ 8.828,95
25	\$ 168,45	\$ 180,26	\$ 348,71	\$ 8.660,50
26	\$ 171,89	\$ 176,82	\$ 348,71	\$ 8.488,61
27	\$ 175,40	\$ 173,31	\$ 348,71	\$ 8.313,22
28	\$ 178,98	\$ 169,73	\$ 348,71	\$ 8.134,24
29	\$ 182,63	\$ 166,07	\$ 348,71	\$ 7.951,60
30	\$ 186,36	\$ 162,35	\$ 348,71	\$ 7.765,24

31	\$ 190,17	\$ 158,54	\$ 348,71	\$ 7.575,07
32	\$ 194,05	\$ 154,66	\$ 348,71	\$ 7.381,03
33	\$ 198,01	\$ 150,70	\$ 348,71	\$ 7.183,01
34	\$ 202,05	\$ 146,65	\$ 348,71	\$ 6.980,96
35	\$ 206,18	\$ 142,53	\$ 348,71	\$ 6.774,78
36	\$ 210,39	\$ 138,32	\$ 348,71	\$ 6.564,39
37	\$ 214,68	\$ 134,02	\$ 348,71	\$ 6.349,71
38	\$ 219,07	\$ 129,64	\$ 348,71	\$ 6.130,64
39	\$ 223,54	\$ 125,17	\$ 348,71	\$ 5.907,10
40	\$ 228,10	\$ 120,60	\$ 348,71	\$ 5.679,00
41	\$ 232,76	\$ 115,95	\$ 348,71	\$ 5.446,24
42	\$ 237,51	\$ 111,19	\$ 348,71	\$ 5.208,72
43	\$ 242,36	\$ 106,34	\$ 348,71	\$ 4.966,36
44	\$ 247,31	\$ 101,40	\$ 348,71	\$ 4.719,05
45	\$ 252,36	\$ 96,35	\$ 348,71	\$ 4.466,69
46	\$ 257,51	\$ 91,19	\$ 348,71	\$ 4.209,18
47	\$ 262,77	\$ 85,94	\$ 348,71	\$ 3.946,41
48	\$ 268,13	\$ 80,57	\$ 348,71	\$ 3.678,28
49	\$ 273,61	\$ 75,10	\$ 348,71	\$ 3.404,67
50	\$ 279,20	\$ 69,51	\$ 348,71	\$ 3.125,47
51	\$ 284,90	\$ 63,81	\$ 348,71	\$ 2.840,58
52	\$ 290,71	\$ 58,00	\$ 348,71	\$ 2.549,87
53	\$ 296,65	\$ 52,06	\$ 348,71	\$ 2.253,22
54	\$ 302,70	\$ 46,00	\$ 348,71	\$ 1.950,51
55	\$ 308,88	\$ 39,82	\$ 348,71	\$ 1.641,63
56	\$ 315,19	\$ 33,52	\$ 348,71	\$ 1.326,44
57	\$ 321,63	\$ 27,08	\$ 348,71	\$ 1.004,81
58	\$ 328,19	\$ 20,51	\$ 348,71	\$ 676,62
59	\$ 334,89	\$ 13,81	\$ 348,71	\$ 341,73
60	\$ 341,73	\$ 6,98	\$ 348,71	\$ 0,00
TOTAL	\$ 12.000,00	\$ 8.922,42	\$ 20.922,42	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

4.4 Punto de equilibrio

Es aquel punto de actividad donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, donde no existe utilidad ni pérdida.

“El punto de equilibrio determina el volumen de producción con el cual el ingreso total de la empresa igualada a los costos y gastos totales, que son la suma de los costos fijos más los variables.”⁵⁰

Cuadro N° 59: Punto de equilibrio - costos

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS VARIABLES	
Materia Prima	\$15,840.00
Materiales Directos	\$6,426.00
Materiales Indirectos	\$2,910.50
Servicios Básicos Fábrica	\$819.60
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$25,996.10
COSTOS FIJOS	
Mano de Obra Directa	\$ 23,897.00
Mano de Obra Indirecta	\$ 7,771.00
Equipos de Protección	\$448.20
Depreciación Fábrica	\$651.00
Sueldos Administrativos	\$ 23,313.00
Depreciación Administrativa	\$1,929.78
Suministros de Oficina	\$406.12
Servicios Básicos	\$1,406.74
Gastos Constitución	\$1,680.00
Arriendo	\$6,000.00
Publicidad	\$1,120.00
Sueldo Vendedoras	\$20,029.40
Interés del Préstamo	\$2,790.29
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 91,442.53

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

⁵⁰Lara, J.(2005). Administración Financiera I (2da ed). p. 131

Una vez determinados los ingresos que generará el proyecto, así como los costos fijos y variables, se procede a calcular el punto de equilibrio en unidades y valores monetarios.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizará la siguiente fórmula:

$$\mathbf{PE \$ = \frac{CFT}{1 - (CVT/VTAS)}}$$

En donde:

PE = Punto de equilibrio.

CFT = Costos Fijo Totales

CVT= Costos Variable Totales

VTAS= Ventas Totales

Al remplazar en la fórmula nos da el siguiente resultado:

PUNTO DE EQUILIBRIO EN VALORES MONETARIOS = \$85015,92

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES = 3835

En conclusión, la empresa tendrá que producir 3835 unidades de bolsos con sobrantes de tela para cubrir el total de sus costos de operación de \$85015,92

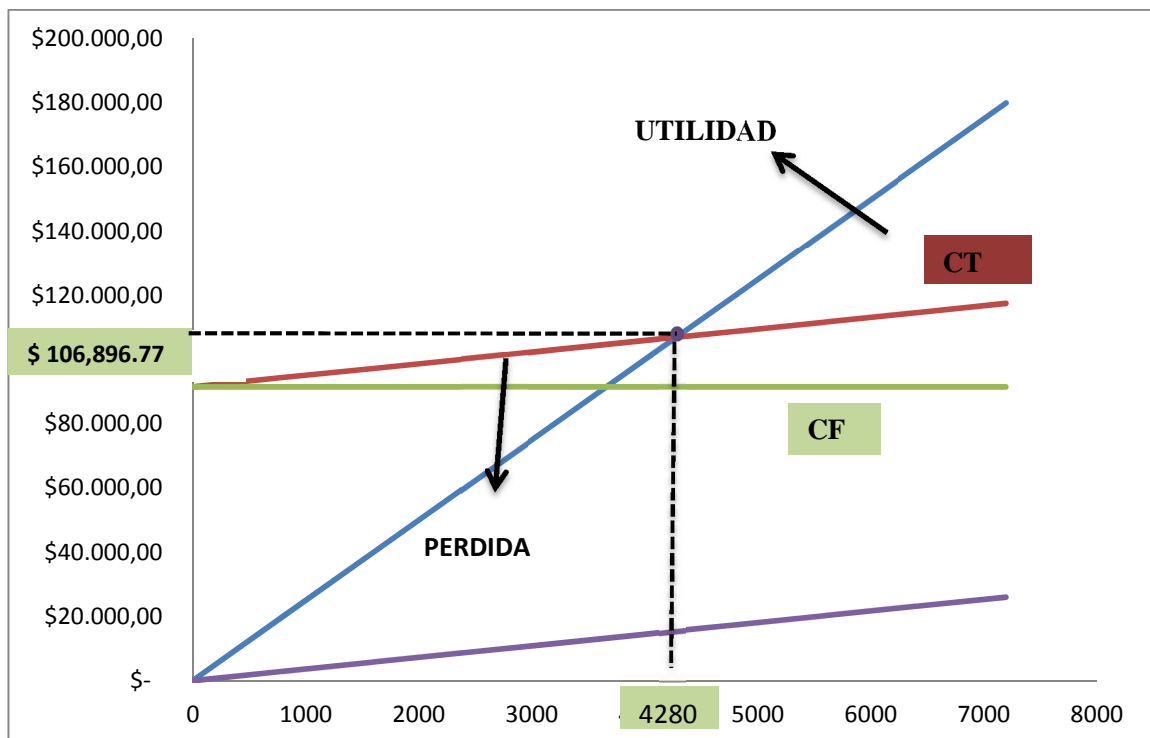
Cuadro N° 60: Punto de equilibrio

UNIDADES	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO FIJO	COSTO TOTAL	INGRESOS
0	\$-	\$ 91,442.53	\$ 91,442.53	\$-
800	\$2,888.46	\$ 91,442.53	\$ 94,330.98	\$19,979.41
1600	\$5,776.91	\$ 91,442.53	\$ 97,219.44	\$39,958.81
2400	\$,665.37	\$ 91,442.53	\$ 100,107.89	\$59,938.22
3200	\$11,553.82	\$ 91,442.53	\$ 102,996.35	\$79,917.63
4000	\$14,442.28	\$ 91,442.53	\$ 105,884.80	\$99,897.04
4280	\$5,453.24	\$ 91,442.53	\$ 106,895.76	\$106,896.77
4800	\$17,330.73	\$ 91,442.53	\$ 108,773.26	\$119,876.44
5600	\$20,219.19	\$ 91,442.53	\$ 111,661.71	\$139,855.85
6400	\$23,107.64	\$ 91,442.53	\$ 114,550.17	\$159,835.26
7200	\$25,996.10	\$ 91,442.53	\$ 117,438.63	\$179,814.66

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Gráfico N°27: Punto de equilibrio



Elaborado por: Daniela Cacuango

4.5 Estados financieros

Los estados financieros se definen como la recolección y el procesamiento de la información de los diferentes datos contables; a través de los cuales se obtiene un resumen de los resultados en un determinado ciclo contable.

Los estados financieros se requieren principalmente para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico.

4.5.1 Balance general inicial

A continuación se presenta el balance general inicial de la empresa, el cual representa los activos con los que inicia la empresa, y también nos indica la aportación neta que deberán realizar los accionistas del proyecto.

Cuadro N° 61: Balance general inicial

CREATIVE HANDBAGS CIA LTDA			
BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO A LARGO PLAZO	
Bancos	\$28,766.49	Préstamo Bancario por Pagar	\$12,000.00
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$28,766.49	TOTAL PASIVO	\$12,000.00
ACTIVO FIJO		PATRIMONIO	
Equipos de Computación	\$2,696.00	Capital Social	\$43,784.49
Muebles y Enseres	\$5,300.00	TOTAL PATRIMONIO	\$43,784.49
Maquinaria y Equipo	\$3,470.00		
Equipos de Oficina	\$552.00		
Infraestructura	\$15,000.00		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$27,018.00		
TOTAL ACTIVOS	\$55,784.49	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$55,784.49

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuangó

4.5.2 Estado de resultados proyectado

El estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado.

Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de ingresos, costos y egresos, a fin de determinar la utilidad o pérdida del ejercicio durante un periodo determinado; llamado también estado de pérdidas y ganancias.

Cuadro N° 62: Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	VENTAS	\$179,814.66	\$188,535.67	\$237,215.59	\$290,173.97	\$304,247.40
(-)	COSTO DE VENTAS	\$58,763.30	\$64,367.25	\$73,569.24	\$83,247.59	\$87,803.28
	Materia Prima	\$15,840.00	\$16,608.24	\$20,896.49	\$25,561.63	\$26,801.37
	Materiales e Insumos Directos	\$6,426.00	\$6,737.66	\$8,410.04	\$10,228.80	\$10,724.90
	Mano de Obra Directa	\$23,897.00	\$26,556.00	\$27,843.97	\$29,194.40	\$30,610.33
	CIF	\$12,600.30	\$14,465.34	\$16,418.73	\$18,262.75	\$19,666.68
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$121,051.36	\$124,168.43	\$163,646.35	\$206,926.38	\$216,444.13
(-)	GASTOS OPERACIONALES	\$ 58,675.33	\$ 63,674.55	\$ 67,889.90	\$ 68,511.03	\$ 71,798.58
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 34,735.63	\$ 38,227.05	\$ 41,812.67	\$ 41,883.73	\$ 44,734.99
	Sueldos Administrativos	\$ 23,313.00	\$ 25,943.68	\$ 27,201.95	\$ 28,521.24	\$ 29,904.52
	Depreciación Administrativa	\$ 1,929.78	\$ 3,859.55	\$ 5,789.60	\$ 4,124.80	\$ 5,156.00
	Suministros de Oficina	\$ 406.12	\$ 425.82	\$ 446.47	\$ 468.12	\$ 490.83
	Servicios Básicos	\$ 1,406.74	\$ 1,474.96	\$ 1,546.50	\$ 1,621.50	\$ 1,700.15
	Gastos de Constitución	\$ 1,680.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
	Mantenimiento	\$ 0.00	\$ 232.04	\$ 232.04	\$ 232.04	\$ 232.04
	Arriendo	\$ 6,000.00	\$ 6,291.00	\$ 6,596.11	\$ 6,916.03	\$ 7,251.45
	GASTOS DE VENTAS	\$21,149.40	\$23,039.87	\$24,157.30	\$25,328.93	\$26,557.38
	Publicidad	\$1,120.00	\$1,174.32	\$1,231.27	\$1,290.99	\$1,353.60
	Sueldo Vendedoras	\$20,029.40	\$21,865.55	\$22,926.03	\$24,037.94	\$25,203.78
	GASTOS FINANCIEROS	\$2,790.29	\$2,407.63	\$1,919.93	\$1,298.37	\$506.21
	Interés	\$2,790.29	\$2,407.63	\$1,919.93	\$1,298.37	\$506.21
(=)	UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	\$62,376.04	\$60,493.88	\$95,756.45	\$138,415.35	\$144,645.55
(-)	15% PART. TRABAJADORES	\$9,356.41	\$9,074.08	\$14,363.47	\$20,762.30	\$21,696.83
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$53,019.63	\$51,419.80	\$81,392.98	\$117,653.04	\$122,948.71
(-)	23% IMP. RENTA	\$12,194.52	\$11,826.55	\$18,720.39	\$ 27,060.20	\$28,278.20
(=)	UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$40,825.12	\$39,593.24	\$62,672.60	\$90,592.84	\$94,670.51
(-)	5% RESERVA LEGAL	\$2,041.26	\$1,979.66	\$3,133.63	\$4,529.64	\$4,733.53
(=)	UTILIDAD NETA	\$38,783.86	\$37,613.58	\$59,538.97	\$86,063.20	\$89,936.98

Elaborado por: Daniela Cacuango

El estado de resultados proyectado demuestra que para el primer año se obtiene una utilidad bruta en ventas de \$ 121051,36 ; a este valor se le otorga los respectivos descuentos que para su caso son todos los gastos de administración, ventas y financieros incurridos durante ese año cuyo valor es de \$58675,33; adicionalmente, se reparte el 15% por la participación de los trabajadores y el 23% de pago por el impuesto a la renta, y también el 5% de reserva legal, dando así una utilidad neta de \$ 38783,86 para el primer año. Lo que significa que para el primer año de actividades económicas se percibe una ganancia.

4.5.3 Flujo de fondos proyectado

Es un informe contable que muestra en forma resumida y clasificada las entradas y salidas de efectivo que se efectuaron durante un periodo determinado, dicha información permitirá establecer una planificación respecto a las necesidades de financiamiento y la posible colocación de excedentes a fin de mantener bajo control la liquidez de la empresa que facilite el desarrollo normal de las actividades operacionales

- **FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO O DEL INVERSIONISTA:** En este flujo se registrará el crédito necesario para cubrir la inversión inicial, haciendo que en el primer periodo nos dé un valor con signo negativo.
- **FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO O DEL PROYECTO:** Consiste en un esquema que representa sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año, y, en este caso, no se registra el crédito, los gastos financieros y la amortización de la deuda.

Cuadro N° 63: Flujo de fondos con financiamiento

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO							
		0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS POR VENTAS		\$179,814.66	\$188,535.67	\$237,215.59	\$290,173.97	\$304,247.40
(-)	COSTO DE VENTAS		\$58,112.30	\$63,065.25	\$71,616.24	\$80,643.59	\$84,548.28
	Materia Prima		\$15,840.00	\$16,608.24	\$20,896.49	\$25,561.63	\$26,801.37
	Materiales e Insumos Dir.		\$6,426.00	\$6,737.66	\$8,410.04	\$10,228.80	\$10,724.90
	Mano de Obra Directa		\$23,897.00	\$26,556.00	\$27,843.97	\$9,194.40	\$30,610.33
	CIF		\$11,949.30	\$13,163.34	\$14,465.73	\$15,658.75	\$16,411.68
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 31,125.86	\$ 34,367.50	\$ 36,023.07	\$ 37,758.93	\$ 39,578.99
(-)	GASTOS CONSTITUCIÓN		\$1,680.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	DEPRECIACIÓN		\$2,580.78	\$5,161.55	\$7,742.60	\$6,728.80	\$8,411.00
(-)	GASTOS DE VENTAS		\$21,149.40	\$23,039.87	\$24,157.30	\$5,328.93	\$26,557.38
(-)	GASTOS FINANCIEROS		\$2,790.29	\$2,407.63	\$1,919.93	\$1,298.37	\$506.21
(=)	UTILIDAD ANT. PARTICIPACIÓN		\$62,376.04	\$60,493.88	\$95,756.45	\$138,415.35	\$144,645.55
(-)	15% PART. TRABAJADORES		\$9,356.41	\$9,074.08	\$14,363.47	\$20,762.30	\$21,696.83
(=)	UTILIDAD ANT. IMPUESTOS		\$53,019.63	\$51,419.80	\$81,392.98	\$117,653.04	\$122,948.71
(-)	23% IMP. RENTA		\$12,194.52	\$ 11,826.55	\$ 18,720.39	\$27,060.20	\$28,278.20
(=)	UTILIDAD NETA		\$40,825.12	\$39,593.24	\$62,672.60	\$90,592.84	\$94,670.51
(+)	DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS		\$2,580.78	\$5,161.55	\$7,742.60	\$6,728.80	\$8,411.00
(=)	FLUJO GENERADO		\$43,405.89	\$44,754.80	\$70,415.20	\$97,321.64	\$103,081.51
(-)	INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	(27,018.00)					
(-)	INVERSION EN CAPITAL TRABAJO	(28,766.49)					
(+)	PRESTAMO	\$ 12,000.00					
(-)	AMORTIZACION DEUDA		\$(1,394.19)	\$(1,776.86)	\$(2,264.56)	\$(2,886.12)	\$(3,678.28)
(+)	RECUP. CAPITAL DE TRABAJO						\$28,766.49
(=)	FLUJO DE CAJA GENERADO	(43,784.49)	\$42,011.70	\$42,977.94	\$68,150.64	\$94,435.53	\$128,169.72

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 64: Flujo de fondos sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO							
		0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS POR VENTAS		\$179,814.66	\$188,535.67	\$237,215.59	\$290,173.97	\$304,247.40
(-)	COSTO DE VENTAS		\$58,112.30	\$63,065.25	\$71,616.24	\$80,643.59	\$84,548.28
	Materia Prima		\$15,840.00	\$16,608.24	\$20,896.49	\$25,561.63	\$26,801.37
	Materiales e Insumos Directos		\$6,426.00	\$6,737.66	\$8,410.04	\$10,228.80	\$10,724.90
	Mano de Obra Directa		\$23,897.00	\$26,556.00	\$27,843.97	\$29,194.40	\$30,610.33
	CIF		\$11,949.30	\$13,163.34	\$14,465.73	\$15,658.75	\$16,411.68
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 31,125.86	\$ 34,367.50	\$ 36,023.07	\$ 37,758.93	\$ 39,578.99
(-)	GASTOS CONSTITUCIÓN		\$1,680.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	DEPRECIACIÓN		\$2,580.78	\$5,161.55	\$7,742.60	\$6,728.80	\$8,411.00
(-)	GASTOS DE VENTAS		\$21,149.40	\$23,039.87	\$24,157.30	\$25,328.93	\$26,557.38
(=)	UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN		\$65,166.33	\$62,901.51	\$97,676.38	\$139,713.71	\$145,151.75
(-)	15% PART. TRABAJADORES		\$9,774.95	\$9,435.23	\$14,651.46	\$20,957.06	\$21,772.76
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$55,391.38	\$53,466.28	\$3,024.92	\$118,756.66	\$123,378.99
(-)	23% IMP. RENTA		\$12,740.02	\$12,297.24	\$19,095.73	\$27,314.03	\$28,377.17
(=)	UTILIDAD NETA		\$42,651.36	\$41,169.04	\$63,929.19	\$1,442.63	\$95,001.82
(+)	DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS		\$2,580.78	\$5,161.55	\$7,742.60	\$6,728.80	\$8,411.00
(=)	FLUJO GENERADO		\$45,232.14	\$46,330.59	\$71,671.79	\$98,171.43	\$103,412.82
(-)	INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	\$(27,018.00)					
(-)	INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$(28,766.49)					
(+)	RECUP. CAPITAL DE TRABAJO						\$28,766.49
(=)	FLUJO DE CAJA GENERADO	\$(55,784.49)	\$45,232.14	\$46,330.59	\$71,671.79	\$98,171.43	\$132,179.31

Elaborado por: Daniela Cacuango

4.5.4 Balance general proyectado

El balance general proyectado, también se le conoce como balance proforma: es un estado que suministra información interna y externa sobre el valor probable del patrimonio y sus variaciones.

Las cuentas del balance general son el saldo de diversas cuentas contables, las mismas que han sufrido variación desde la última emisión del balance

Es el informe contable que permite conocer los cambios ocurridos en el activo, pasivo y patrimonio durante el año a una fecha determinada.

Cuadro N° 65: Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja/Bancos	\$28,766.49	\$92,329.11	\$132,075.99	\$207,248.29	\$308,679.87	\$403,506.83
ACTIVOS NO CORRIENTE						
Equipos de Computación	\$2,696.00	\$2,696.00	\$2,696.00	\$2,696.00	\$2,696.00	\$2,696.00
Muebles y Enseres	\$5,300.00	\$5,300.00	\$5,300.00	\$5,300.00	\$5,300.00	\$5,300.00
Maquinaria y Equipo	\$3,470.00	\$3,470.00	\$3,470.00	\$3,470.00	\$3,470.00	\$3,470.00
Equipos de Oficina	\$552.00	\$552.00	\$552.00	\$552.00	\$552.00	\$552.00
Infraestructura	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00
(-)Dep. Total Acumulada	\$ -	\$2,580.78	\$5,161.55	\$7,742.60	\$6,728.80	\$8,411.00
TOTAL ACTIVOS	\$55,784.49	\$116,766.33	\$153,932.44	\$226,523.69	\$328,969.07	\$422,113.83
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Participación Trabajadores xP	\$ -	\$9,356.41	\$9,074.08	\$14,363.47	\$20,762.30	\$21,696.83
Impuesto Rta x P	\$ -	\$12,194.52	\$1,826.55	\$18,720.39	\$27,060.20	\$28,278.20
PASIVOS NO CORRIENTE						
Préstamo x P	\$12,000.00	\$10,605.81	\$8,828.95	\$6,564.39	\$3,678.28	\$ 0.00
TOTAL PASIVOS	\$12,000.00	\$32,156.73	\$29,729.59	\$39,648.25	\$51,500.78	\$49,975.04
PATRIMONIO						
Capital Social	\$43,784.49	\$43,784.49	\$43,784.49	\$43,784.49	\$43,784.49	\$43,784.49
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$38,783.86	\$37,613.58	\$59,538.97	\$86,063.20	\$89,936.98
Utilidad no Distribuida	\$ -	\$ -	\$38,783.86	\$76,397.44	\$135,936.41	\$221,999.61
Reserva Legal	\$ -	\$2,041.26	\$4,020.92	\$7,154.55	\$11,684.19	\$16,417.72
TOTAL PATRIMONIO	\$43,784.49	\$84,609.60	\$124,202.85	\$186,875.45	\$277,468.29	\$372,138.80
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$55,784.49	\$116,766.33	\$153,932.44	\$226,523.69	\$328,969.07	\$422,113.83

4.6 Evaluación financiera

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual, una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión

Los métodos a utilizar en la evaluación financiera del proyecto son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y relación Beneficio- Costo, y se utilizará una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

4.6.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

“Es la tasa de rendimiento que se debe obtener sobre un proyecto dado para compensar adecuadamente a los propietarios de la empresa es decir, mantener o mejorar el precio de las acciones de la empresa. Cuanto más alto es el riesgo de proyecto, más alta es la tasa de descuento ajustada al riesgo y, por lo tanto es menor el valor presente de una serie dada de flujos positivos de efectivo.”⁵¹

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO SIN FINANCIAMIENTO

$$\begin{aligned} \text{TMAR (S/F)} &= \text{Tasa de inflación + tasa activa efectiva} \\ &= 4.85 + 11.83 \\ &= 16.68\% \end{aligned}$$

⁵¹Gitman, L. (2003). *Principios De Administración Financiera*. (10ma. Ed.). México: Pearson Educación.

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO CON FINANCIAMIENTO

$$\begin{aligned}\text{TMAR(C/F)} &= (\% \text{ de la inv. financiada por deuda})(\text{tasa deuda})(1-\text{tasa impositiva})+(\% \text{ capital} \\ &\quad \text{propio})(\text{TMAR S/F}) \\ &= (0.78)(0.245)(1-0.3455)+(0.22)(0.1668) \\ &= 16.17\%\end{aligned}$$

4.6.2 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto compara los flujos de efectivo que generará el proyecto durante su vida útil, actualizados al momento cero, con la inversión a la misma fecha. Para actualizar los flujos de efectivo se requiere seleccionar una tasa de interés apropiada, que puede ser una tasa mínima aceptable de rendimiento o una tasa que nos indique el costo de oportunidad del dinero.

El valor presente neto es el método más conocido y el más aceptado para medir la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$VAN = I + \frac{FNF}{1+i} + \frac{FNF2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNF_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

I = Inversión Inicial del proyecto

FNF = Flujo Neto de Fondos del año x

i = Tasa de descuento (TMAR)

Los resultados que servirán para tomar decisiones pueden ser los siguientes:

1. Si $VAN = 0$, significa que la inversión no producirá ni ganancias ni pérdidas, el proyecto es indiferente presto.
2. Si $VAN > 0$, la inversión producirá ganancias y el proyecto se debe aceptar, ya que si es viable.
3. $VAN < 0$, la inversión producirá pérdidas, el proyecto se rechaza, no es viable

Cuadro N° 66: Valor actual neto con financiamiento

VALOR ACTUAL NETO CON FINANCIAMIENTO		
PERIODO	FLUJO DE FONDOS	V.PRESENTE
0	\$ (43,784.49)	(43,784.49)
1	\$42,011.70	\$36,162.76
2	\$42,977.94	\$31,844.04
3	\$68,150.64	\$43,465.40
4	\$94,435.53	\$51,844.23
5	\$128,169.72	\$60,567.79
VAN		\$180,099.74

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Cuadro N° 67: Valor actual neto sin financiamiento

VALOR ACTUAL NETO SIN FINANCIAMIENTO		
PERIODO	FLUJO DE FONDOS	V.PRESENTE
0	\$ (55,784.49)	(55,784.49)
1	\$45,232.14	\$38,765.98
2	\$46,330.59	\$34,031.02
3	\$71,671.79	\$45,118.95
4	\$98,171.43	\$52,966.27
5	\$132,179.31	\$61,119.72
VAN		\$176,217.45

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

4.6.3 Tasa interna de retorno (TIR)

“La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, o es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”⁵²

El criterio de selección de un proyecto, dado por los resultados pueden ser los siguientes:

1. **TIR = TMAR** es indiferente el proyecto
2. **TIR > TMAR** es aceptable y beneficioso el proyecto
3. **TIR < TMAR** no es rentable el proyecto

Para calcular la TIR debe utilizar diferentes tasas hasta conseguir que el VAN se haga cero, tomando a una tasa inferior y otra superior.

Cuadro N° 68: Tasa interna de retorno con financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO CON FINANCIAMIENTO		
PERIODO	FLUJO DE FONDOS	V.PRESENTE
0	\$ (43,784.49)	\$ (43,784.49)
1	\$42,011.70	\$19,728.90
2	\$42,977.94	\$9,477.87
3	\$68,150.64	\$7,057.77
4	\$94,435.53	\$4,592.67
5	\$128,169.72	\$2,927.17
VAN		(0)

Elaborado por: Daniela Cacuango

TIR = 112,95

⁵² BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 216

Cuadro N° 69: Tasa interna de retorno sin financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO SIN FINANCIAMIENTO		
PERIODO	FLUJO DE FONDOS	V.PRESENTE
0	\$ (55,784.49)	\$ (55,784.49)
1	\$45,232.14	\$23,060.33
2	\$46,330.59	\$12,042.16
3	\$71,671.79	\$9,497.37
4	\$98,171.43	\$6,632.21
5	\$132,179.31	\$4,552.55
VAN		0

Elaborado por: Daniela Cacuango

TIR = 96,15

Luego de utilizar algunas tasas se concluye que el valor de la TIR es de 112, 95% con financiamiento y 96,15% sin financiamiento, lo que significa que es mayor a la tasa de rendimiento y se concluye que el proyecto es aceptable y beneficioso.

4.6.4 Relación costo - beneficio

La relación Costo Beneficio (C/B) es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a los inversionistas, está dada por la relación de los VAN de ingresos y egresos.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

1. **B/C > 1** implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
2. **B/C = 1** implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
3. **B/C < 1** implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

La fórmula es: Relación B/C = $\frac{\text{Sumatoria VAN ingresos}}{\text{Sumatoria VAN egresos}}$

Cuadro N° 70: Relación beneficio costo con financiamiento

RELACION BENEFICIO COSTO CON FINANCIAMIENTO				
PERIODO	INGRESOS	VAN INGRESOS	EGRESOS	VAN EGRESOS
0	\$ -	-	\$(43,784.49)	
1	\$179,814.66	\$179,814.66	\$114,857.85	\$114,857.85
2	\$188,535.67	\$188,535.67	\$122,880.24	\$122,880.24
3	\$237,215.59	\$237,215.59	\$133,716.54	\$133,716.54
4	\$290,173.97	\$290,173.97	\$145,029.82	\$145,029.82
5	\$304,247.40	\$304,247.40	\$151,190.86	\$151,190.86
	SUMAN	\$1,184,331.24	SUMAN	\$667,675.30

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Relación C/B = \$1,77

Lo que nos indica que por cada dólar que la empresa invertido se obtiene un beneficio de \$0,77

Cuadro N° 71: Relación beneficio costo sin financiamiento

RELACION BENEFICIO COSTO SIN FINANCIAMIENTO				
PERIODO	INGRESOS	VAN INGRESOS	EGRESOS	VAN EGRESOS
0	\$ -	\$ -	(55,784.49)	
1	\$179,814.66	\$154,109.24	\$112,067.56	\$96,046.93
2	\$188,535.67	\$138,484.35	\$86,040.92	\$63,199.29
3	\$237,215.59	\$149,332.37	\$76,866.61	\$48,389.20
4	\$290,173.97	\$156,557.10	\$59,867.41	\$32,300.17
5	\$304,247.40	\$140,684.02	\$64,425.14	\$29,790.19
	SUMAN	\$723,511.03	SUMAN	\$269,725.78

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

Relación C/B = \$2,68

Lo que nos indica que por cada dólar que la empresa invertido se obtiene un beneficio de \$1,68

4.6.5 Periodo de recuperación de la inversión

Cuadro N° 72: Recuperación de la inversión con financiamiento

RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN CON FINANCIAMIENTO			
AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO DESCONTADO	FLUJO ACUMULATIVOS	% DE RECUPERACION
INVERSIÓN	\$ 43,784.49		
1	\$ 36,162.76	\$36,162.76	83%
2	\$ 31,844.04	\$ 68,006.80	188%
3	\$ 43,465.40	\$ 111,472.20	350%
4	\$51,844.23	\$ 163,316.43	376%
5	\$ 60,567.79	\$ 223,884.23	432%
TOTAL	\$ 267,668.72		

RECUPERACIÓN 2do AÑO			
CÁLCULO	VALOR	TIEMPO	VALOR TOTAL
26863.46/12	\$ 2,653.67	4	\$ 10,614.68
2238.62/30	\$ 88.46	22	\$ 1,946.02
TOTAL			\$ 12,560.70

TIEMPO	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1 año	\$ 36,162.76
4 meses, 22 días	\$ 12,560.70
TOTAL	\$ 48,723.46

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año, 4 meses y 22 días.

Cuadro N° 73: Recuperación de la inversión sin financiamiento

RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN SIN FINANCIAMIENTO			
AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO DESCONTADO	FLUJO ACUMULATIVOS	% DE RECUPERACION
INVERSIÓN	\$55,784.49		
1	\$38,765.98	\$38,765.98	69%
2	\$34,031.02	\$72,797.00	188%
3	\$45,118.95	\$117,915.95	346%
4	\$52,966.27	\$170,882.22	379%
5	\$61,119.72	\$232,001.94	438%
TOTAL	\$287,786.43		

RECUPERACIÓN 2do AÑO			
CÁLCULO	VALOR	TIEMPO	VALOR TOTAL
27690.77/12	\$ 2,835.92	9	\$ 25,523.27
2307.56/30	\$ 94.53	1	\$ 94.53
TOTAL			\$ 25,617.80

TIEMPO	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1 año	\$ 38,765.98
9 meses, 1 día	\$ 25,617.80
TOTAL	\$ 64,383.77

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Daniela Cacuango

El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año, 9 meses.

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado demuestra, con amplia exactitud, las percepciones y hábitos de consumo que tienen las mujeres encuestadas al momento de adquirir un bolso, y determinamos que existe un 95% de aceptación de nuestro producto, lo cual hace pronosticar que la empresa tiene perspectivas de éxito.
- El tamaño del proyecto se determinó que se proyecta iniciar con la fabricación de 7200 bolsos con sobrantes de tela, el cual representa que vamos a cubrir el 10,90% del total de la demanda insatisfecha en el primer año, y logramos concluir que la ubicación de la empresa será en la Av. de la Prensa y Sabanilla.
- La estructura orgánica, la filosofía corporativa y el talento humano están colocados a un pensamiento estratégico de desarrollo e innovación y está basada en una estructura que permite que sea ágil y flexible para de esta forma responder a tiempo a la expectativa del mercado.
- En la estructura legal se va a realizar todos los trámites correspondientes para la constitución de la empresa.
- En la evaluación del proyecto se pudo comprobar que este es rentable si se siguen los parámetros de ingresos y costos expuestos. Por lo tanto, los índices financieros y criterios de evaluación demuestran la viabilidad del proyecto, concluyendo que la puesta en marcha y ejecución del mismo es totalmente factible.

RECOMENDACIONES

- Luego de que se ha demostrado en la investigación de mercado que el proyecto es viable y ejecutable se recomienda implementarlo a la brevedad posible para atender los requerimientos de los clientes y también potenciar el producto en otros sectores.
- Se debe brindar un producto de calidad y exclusivo orientado siempre a satisfacer las necesidades de los clientes.
- Es aconsejable realizar alianzas estratégicas con proveedores, acreedores con el fin de optimizar los diferentes servicios, recursos y garantizando el carácter integral de la empresa.
- Realizar publicidad de nuestro producto incentivando el consumo del producto nacional.
- El proyecto debe ser ejecutado de forma inmediata, ya que no solo cumple con los requisitos de viabilidad y rentabilidad, sino que también generará fuentes de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (1998). *Evaluación de proyectos*.(3eraed). México: Mcgraw Hill.
- Baca, G. (2005). *Evaluación de proyectos*.(5taed). México: Mcgraw Hill.
- Barreno, L. *Compendio de Formulación y Evaluación de Proyectos*.
- Congreso Nacional.(5 de noviembre 1999). *Ley de Compañías*. Ecuador
- Córdoba Padilla, M. (2006). *Formulación Y Evaluación De Proyectos*. Eco Ediciones.
- Del Rio González, C. (2009).*El Presupuesto*. (10ma edición). México: Editorial Latinoamericana.
- Gitman, L. (2003). *Principios De Administración Financiera*. (10ma. Ed.). México: Pearson Educación.
- Jiménez, C. y otros. (1997). *Programa De Capacitación En Liderazgo Educativo*. Quito
- Kloter, P y Armstrong G.(2003). *Fundamentos de Marketing*. (6ta. ed) México: Pearson Educación.
- Lamb, C. (2002). *Marketing*. (6ta ed). Thomson Editores.
- Lara, J.(2005). *Administración Financiera I* (2da ed).
- Meneses, E. (2001). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. (3ra. ed). Quito: Cámara Ecuatoriana del libro
- Nassir,S.(2007).*Proyectos De Inversión. Formulación Y Evaluación*. México: Pearson Prentice Hall.
- Ramírez Padilla, L. *Contabilidad De Costos Y Presupuestos*, Editorial: Mc Graw Hill.
- Revista de Economía y Negocios EKOS N° 102, Pág. 25
- Salazar, F. (2003). *Gestión Estratégica De Negocios*.
- Saviolo, S y Testa S. (2007). *La Gestión de las empresas de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Schiffman, L. (1997). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pertice Hall.

- Stanton, W., Etzel, M., Walker B. (2007) *Fundamentos de Marketing*. (4ta ed.) México: McGraw Hill
- Strickland y Thompson. (2001). *Administración Estratégica, Conceptos y Casos*. (11va ed)MacGrawHill
- Tennent, J. (2010). *Gestión Financiera*. (1era ed). Quito: Ediecuatorial.

- Congreso Nacional. (Julio 2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Disponible en: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley-de-Gestio%C2%81n-Ambiental.pdf>
- EPMMOP: <http://www.epmmop.gob.ec>
- Fernández, J. *Habilidades para negociación en ventas*. Disponible en <http://www.slideshare.net>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. *Procedimiento para el registro del empleador en el IESS*. Disponible en www.iess.gob.ec. (26 / Marzo/ 2012)
- Jiménez, J. (2008). *El Valor de los valores en las Organizaciones*. (3era ed.) disponible en <http://www.elvalordelosvalores.com/definicion/index.html>
- Muñiz, R. *Marketing en el siglo XXI*. (3era ed.) disponible en <http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>
- Plan Maestro de transporte y vialidad para el Distrito Metropolitano de Quito. Disponible en <http://www.translatinos.com/noticias/Descargas/docs/>
- Rojas, S. (2009). *Análisis de la Demanda*. Disponible en <http://www.buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>
- Thompson, I. (2009). *Definición del producto*. Disponible en <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Vanni, N. *Comunidades virtuales de aprendizaje*. <http://www.educar.org/inventos/cartera.asp> (Sep. 2009).

ANEXOS

Anexo N° I: Mano de obra

ROL DE PAGOS 1er AÑO

CARGO	No	Sueldo Mensual	Total Sueldo Mensual	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL UNIFICADO	Total Anual
ADMINISTRACIÓN									
Gerente General	1	\$700.00	\$700.00	\$58.33	\$24.33	\$85.05	\$29.17	\$ 896.88	\$10,762.60
Contadora/Secretaria	1	\$450.00	\$450.00	\$37.50	\$ 24.33	\$54.68	\$18.75	\$ 585.26	\$7,023.10
Mensajero	1	\$350.00	\$350.00	\$29.17	\$ 24.33	\$ 42.53	\$ 14.58	\$ 460.61	\$5,527.30
MANO DE OBRA INDIRECTA									
Jefe de Producción	1	\$500.00	\$500.00	\$41.67	\$24.33	\$60.75	\$20.83	\$ 647.58	\$7,771.00
VENTAS									
Vendedora *	2	\$350.00	\$1,300.00	\$108.33	\$48.67	\$ 157.95	\$54.17	\$1,669.12	\$20,029.40
MANO DE OBRA DIRECTA									
Operaria	5	\$300.00	\$1,500.00	\$125.00	\$121.67	\$182.25	\$62.50	\$1,991.42	\$23,897.00
TOTAL	11		\$4,800.00	\$400.00	\$267.67	\$583.20	\$200.00	\$ 6,250.87	\$ 75,010.40

*Las vendedoras tienen un sueldo de \$350, y además \$1,00 de comisión por cada bolso vendido

ROL DE PAGOS 2do AÑO

CARGO	No	Sueldo Mensual	Total Sueldo Mensual	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL UNIFICADO	Total Anual
Gerente General	1	\$733.95	\$733.95	\$61.16	\$25.51	\$58.33	\$89.17	\$30.58	\$998.72	\$11,984.59
Contadora/Secretaria	1	\$471.83	\$471.83	\$39.32	\$25.51	\$37.50	\$57.33	\$19.66	\$651.14	\$7,813.72
Mensajero	1	\$366.98	\$366.98	\$30.58	\$25.51	\$29.17	\$44.59	\$15.29	\$512.11	\$6,145.37
Jefe de Producción	1	\$524.25	\$524.25	\$43.69	\$25.51	\$41.67	\$63.70	\$21.84	\$720.66	\$8,647.89
Vendedora	2	\$366.98	\$1,333.95	\$111.16	\$51.03	\$108.33	\$162.07	\$55.58	\$1,822.13	\$21,865.55
Operaria	5	\$314.55	\$1,572.75	\$131.06	\$127.57	\$125.00	\$191.09	\$65.53	\$2,213.00	\$26,556.00
TOTAL	11		\$5,003.70	\$416.98	\$280.65	\$400.00	\$607.95	\$208.49	\$6,917.76	\$83,013.13

PROYECCIÓN

CARGO	No	Sueldo Unificado USD (Mensual)	Sueldo Unificado USD (Anual) Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	\$ 896.88	\$ 10,762.60	\$ 11,984.59	\$ 12,565.84	\$ 13,175.28	\$ 13,814.28
Contadora/Secretaria	1	\$ 585.26	\$ 7,023.10	\$ 7,813.72	\$ 8,192.69	\$ 8,590.03	\$ 9,006.65
Mensajero	1	\$ 460.61	\$ 5,527.30	\$ 6,145.37	\$ 6,443.42	\$ 6,755.93	\$ 7,083.59
Jefe de Producción	1	\$ 647.58	\$ 7,771.00	\$ 8,647.89	\$ 9,067.32	\$ 9,507.08	\$ 9,968.17
Vendedora	2	\$ 1,669.12	\$ 20,029.40	\$ 21,865.55	\$ 22,926.03	\$ 24,037.94	\$ 25,203.78
Operaria	5	\$ 1,991.42	\$ 23,897.00	\$ 26,556.00	\$ 27,843.97	\$ 29,194.40	\$ 30,610.33
TOTAL	11		\$ 75,010.40	\$ 83,013.13	\$ 87,039.26	\$ 91,260.67	\$ 95,686.81

Anexo N° II: Materia prima

MATERIA PRIMA	CANTIDAD DE BOLSOS	CANTIDAD MATERIA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
Forro tela carolina metros	600	600	\$1.20	\$720.00	\$2,160.00	\$8,640.00
Retazos de tela kilos	600	150	\$4.00	\$600.00	\$1,800.00	\$7,200.00
TOTAL				\$1,320.00	\$3,960.00	15,840.00

ITEMS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT ANUAL	COST UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COST UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Forro tela carolina	7200	\$ 1,20	\$ 8.640	7200	\$ 1,26	\$9.059,04	8640	\$ 1,32	11.398,08	10080	\$ 1,38	13.942,71	10080	\$1,45	\$ 14.618,93
Retazos de tela	1800	\$ 4,00	\$ 7.200	1800	\$ 4,19	\$7.549,20	2160	\$ 4,40	\$9.498,40	2520	\$ 4,61	11.618,92	2520	\$4,83	\$ 12.182,44
TOTAL			\$15.840			16.608,24			20.896,49			25.561,63			\$26.801,37

Anexo N° III: Materiales e insumos

MATERIALES E INSUMOS (DIRECTOS)	CANTIDAD DE BOLSOS	CANTIDAD MATERIALES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
Botón redondo de plata	300	300	\$0.10	\$30.00	\$90.00	\$360.00
Botón de flor color plata	300	300	\$0.10	\$30.00	\$90.00	\$360.00
Cadena color plata	600	600	\$0.30	\$180.00	\$540.00	\$2,160.00
Broche magnético	600	600	\$0.20	\$120.00	\$360.00	\$1,440.00
Hilo 1000m c/cono	600	15	\$1.70	\$25.50	\$76.50	\$306.00
Etiquetas con logotipo de la empresa	600	600	\$0.25	\$150.00	\$450.00	\$1,800.00
TOTAL				\$360.00	\$1,606.50	\$6,426.00

ITEMS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT. ANUAL	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	CANT. ANUAL	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	CANT. ANUAL	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	CANT. ANUAL	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	CANT. ANUAL	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Botón Redondo	3600	\$0.10	\$360.00	3600	\$0.10	\$377.46	4320	\$0.11	\$474.92	5040	\$0.12	\$580.95	5040	\$0.12	\$609.12
Botón de flor plata	3600	\$0.10	\$360.00	3600	\$0.10	\$377.46	4320	\$0.11	\$474.92	5040	\$0.12	\$580.95	5040	\$0.12	\$609.12
Cadena color plata	7200	\$0.30	2,160.00	7200	\$0.31	2,264.76	8640	\$0.33	2,849.52	10080	\$0.35	3,485.68	10080	\$0.36	\$3,654.73
Broche magnético	7200	\$0.20	1,440.00	7200	\$0.21	1,509.84	8640	\$0.22	1,899.68	10080	\$0.23	2,323.78	10080	\$0.24	\$2,436.49
Hilo 1000m c/cono	180	\$1.70	\$306.00	180	\$1.78	\$320.84	180	\$1.87	\$336.40	180	\$1.96	\$352.72	180	\$2.05	\$369.82
Etiquetas logotipo	7200	\$0.25	1,800.00	7200	\$0.26	1,887.30	8640	\$0.27	2,374.60	10080	\$0.29	2,904.73	10080	\$0.30	\$3,045.61
TOTAL			6,426.00			6,737.66			8,410.04			10,228.80			10,724.90

Anexo N° IV: Materiales indirectos

MATERIALES INDIRECTOS	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
Fundas de empaque de papel reciclado	600	\$0.30	\$180.00	\$540.00	\$2,160.00
Tijeras	5	\$25.00	\$125.00	\$125.00	\$125.00
Tiza sastre	200	\$ 0.18	\$36.00	\$108.00	\$432.00
Pliegos de cartón para plantillas	10	\$1.10	\$11.00	\$33.00	\$132.00
Cintas métricas	5	\$1.50	\$7.50	\$7.50	\$7.50
Cajas de alfileres de 100 unidades	3	\$1.50	\$4.50	\$13.50	\$54.00
TOTAL			\$364.00	\$827.00	\$2,910.50

ITEMS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT. ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	CANT ANUAL	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Fundas empaque	7,200	\$0.30	2160.00	7,200	\$0.31	2264.76	8640	\$0.33	2849.52	10,080	\$0.35	3,485.68	10080	\$0.36	3654.73
Tijeras	5	\$25	\$125.00	5	\$26.21	\$131.06	6	\$27.48	\$164.90	6	28.82	\$172.90	6	30.21	\$181.29
Tiza	2400	\$0.18	\$432.00	2400	\$0.19	\$452.95	2880	\$0.20	\$569.90	2880	\$0.21	\$597.54	2880	\$0.22	\$626.53
Pliegos de cartón	120	\$1.10	\$132.00	120	\$1.15	\$138.40	120	\$1.21	\$145.11	120	\$1.27	\$152.15	120	\$1.33	\$159.53
Cintas métricas	5	\$1.50	\$7.50	5	\$1.57	\$7.86	6	\$1.65	\$9.89	6	\$1.73	\$ 10.37	6	\$1.81	\$ 10.88
Cajas de alfileres	36	\$1.50	\$54.00	36	\$1.57	\$56.62	36	\$1.65	\$59.37	36	\$1.73	\$ 62.24	36	\$1.81	\$ 65.26
TOTAL			2910.50			3051.66			3798.70			4,480.89			4698.22

Anexo N° V: Equipos de protección.

EQUIPOS DE PROTECCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Extintor Recargable	1	\$123.20	\$123.20	\$123.20	\$123.20
Mandiles	5	\$35.00	\$175.00	\$175.00	\$175.00
Gorras para el cabello	5	\$15.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$75.00
Mascarillas	5	\$15.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$75.00
TOTAL			\$ 448.20	\$448.20	\$448.20

ITEMS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT ANUAL	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	CANT ANUAL	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	CANT ANUAL	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	CANT ANUAL	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	CANT ANUAL	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Extintor Recargable	1	123.2	\$ 123.20	1	129.18	\$129.18	1	135.44	\$135.44	1	\$142.01	\$142.01	1	148.90	148.90
Mandiles	5	35.00	175.00	5	\$36.70	\$183.49	6	\$38.48	\$230.86	6	\$40.34	\$242.06	6	42.30	253.80
Gorras para el cabello	5	15.00	\$ 75.00	5	\$15.73	\$78.64	6	\$16.49	\$98.94	6	\$17.29	\$103.74	6	18.13	108.77
Mascarillas	5	15.00	\$ 75.00	5	\$15.73	\$78.64	6	\$16.49	\$98.94	6	\$17.29	\$103.74	6	18.13	108.77
TOTAL			\$448.20			\$469.94			\$564.19			\$591.55			620.24

Anexo N° VI: Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Resma de Papel Bond	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 48,00
Perforadoras	2	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Grapadoras	2	\$ 5,50	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00
Carpetas	10	\$ 0,20	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 6,00
Archivadores grandes	6	\$ 2,40	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 43,20
Sobres	20	\$ 0,25	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 15,00
Cajas de clips	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 3,00
Dispensadores de cinta	2	\$ 2,40	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,80
Saca grapas	2	\$ 0,36	\$ 0,72	\$ 0,72	\$ 0,72
Caja de hojas continuas	1	\$ 15,30	\$ 15,30	\$ 15,30	\$ 45,90
Caja de lápices	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Caja de esferos	1	\$ 5,50	\$ 5,50	\$ 5,50	\$ 5,50
Facturas	2	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 48,00	\$ 144,00
Cartucho impresora	1	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 66,00
TOTAL			\$ 122,72	\$ 154,72	\$ 406,12

Anexo N° VII: Publicidad

PUBLICIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Hojas Volantes	500	\$ 0,08	\$ 40,00	\$ 120,00	\$ 200,00
Desarrollo Web, Correo electrónico	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Rotulo	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Tarjetas de Presentación	100	\$ 0,10	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 850,00	\$ 950,00	\$ 1.120,00

Anexo N° VIII: Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Honorarios Abogado	\$750.00	\$750.00
Patente Municipal	\$250.00	\$250.00
Razones de Marginación (notaria)	\$80.00	\$80.00
Otros	\$600.00	\$600.00
TOTAL		\$1,680.00

Anexo N° IX: Depreciaciones

EQUIPOS DE COMPUTACION					
PERIODO/AÑOS	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	VALOR DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
1	3	33.33%	\$898.58	\$898.58	\$1,797.42
2	3	33.33%	\$898.58	\$1,797.15	\$898.85
3	3	33.34%	\$898.85	\$2,696.00	\$ -
TOTAL			\$2,696.00		

EQUIPOS DE OFICINA					
PERIODO/AÑOS	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	VALOR DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
1	10	10.00%	\$55.20	\$55.20	\$496.80
2	10	10.00%	\$55.20	\$110.40	\$441.60
3	10	10.00%	\$55.20	\$165.60	\$386.40
4	10	10.00%	\$55.20	\$220.80	\$331.20
5	10	10.00%	\$55.20	\$276.00	\$276.00
6	10	10.00%	\$55.20	\$331.20	\$220.80
7	10	10.00%	\$55.20	\$386.40	\$165.60
8	10	10.00%	\$55.20	\$441.60	\$110.40
9	10	10.00%	\$55.20	\$496.80	\$55.20
10	10	10.00%	\$55.20	\$52.00	\$0.00
TOTAL			\$552.00		

MUEBLES Y ENSERES VENTAS					
PERIODO/AÑOS	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	VALOR DEP.	DEP. ACUMULADA	V. RESIDUAL
1	10	10.00%	\$151.00	\$151.00	\$1,359.00
2	10	10.00%	\$151.00	\$302.00	\$1,208.00
3	10	10.00%	\$151.00	\$453.00	\$1,057.00
4	10	10.00%	\$151.00	\$604.00	\$906.00
5	10	10.00%	\$151.00	\$755.00	\$755.00
6	10	10.00%	\$151.00	\$906.00	\$604.00
7	10	10.00%	\$151.00	\$1,057.00	\$453.00
8	10	10.00%	\$151.00	\$1,208.00	\$302.00
9	10	10.00%	\$151.00	\$1,359.00	\$151.00
10	10	10.00%	\$151.00	\$1,510.00	\$ -
TOTAL			\$1,510.00		

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION					
PERIODO/AÑOS	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	VALOR DEP.	DEP. ACUMULADA	V. RESIDUAL
1	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 75.00	\$675.00
2	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 150.00	\$600.00
3	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 225.00	\$525.00
4	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 300.00	\$450.00
5	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 375.00	\$375.00
6	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 450.00	\$300.00
7	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 525.00	\$225.00
8	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 600.00	\$150.00
9	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 675.00	\$75.00
10	10	10.00%	\$ 75.00	\$ 750.00	\$ -
TOTAL			\$ 750.00		

MUEBLES Y ENSERES OPERACION					
PERIODO/AÑOS	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	VALOR DEP.	DEP. ACUMULADA	V. RESIDUAL
1	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 304.00	\$2,736.00
2	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 608.00	\$2,432.00
3	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 912.00	\$2,128.00
4	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 1,216.00	\$1,824.00
5	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 1,520.00	\$1,520.00
6	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 1,824.00	\$1,216.00
7	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 2,128.00	\$912.00
8	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 2,432.00	\$08.00
9	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 2,736.00	\$304.00
10	10	10.00%	\$ 304.00	\$ 3,040.00	\$ -
TOTAL			\$ 3,040.00		

MAQUINARIA Y EQUIPO					
PERIODO/AÑOS	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	VALOR DEP.	DEP. ACUMULADA	V. RESIDUAL
1	10	10.00%	\$347.00	\$347.00	\$3,123.00
2	10	10.00%	\$347.00	\$694.00	\$2,776.00
3	10	10.00%	\$347.00	\$1,041.00	\$2,429.00
4	10	10.00%	\$347.00	\$1,388.00	\$2,082.00
5	10	10.00%	\$347.00	\$1,735.00	\$1,735.00
6	10	10.00%	\$347.00	\$2,082.00	\$1,388.00
7	10	10.00%	\$347.00	\$2,429.00	\$1,041.00
8	10	10.00%	\$347.00	\$2,776.00	\$694.00
9	10	10.00%	\$347.00	\$3,123.00	\$347.00
10	10	10.00%	\$347.00	\$3,470.00	\$ -
TOTAL			\$3,470.00		

ADECUACIONES E INSTALACIONES					
PERIODO/AÑOS	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	VALOR DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
1	20	5.00%	\$750.00	\$750.00	\$14,250.00
2	21	5.00%	\$750.00	\$1,500.00	\$13,500.00
3	22	5.00%	\$750.00	\$2,250.00	\$12,750.00
4	23	5.00%	\$750.00	\$3,000.00	\$12,000.00
5	24	5.00%	\$750.00	\$3,750.00	\$11,250.00
6	25	5.00%	\$750.00	\$4,500.00	\$10,500.00
7	26	5.00%	\$750.00	\$5,250.00	\$9,750.00
8	27	5.00%	\$750.00	\$6,000.00	\$9,000.00
9	28	5.00%	\$750.00	\$6,750.00	\$8,250.00
10	29	5.00%	\$750.00	\$7,500.00	\$7,500.00
11	30	5.00%	\$750.00	\$8,250.00	\$6,750.00
12	31	5.00%	\$750.00	\$9,000.00	\$6,000.00
13	32	5.00%	\$750.00	\$9,750.00	\$5,250.00
14	33	5.00%	\$750.00	\$10,500.00	\$4,500.00
15	34	5.00%	\$750.00	\$11,250.00	\$3,750.00
16	35	5.00%	\$750.00	\$12,000.00	\$3,000.00
17	36	5.00%	\$750.00	\$12,750.00	\$2,250.00
18	37	5.00%	\$750.00	\$13,500.00	\$1,500.00
19	38	5.00%	\$750.00	\$14,250.00	\$ 750.00
20	39	5.00%	\$750.00	\$15,000.00	\$ -
TOTAL			\$ 15,000.00		

Anexo N° X: Mantenimiento

MANTENIMIENTO PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO							
INMUEBLES	TOTAL COSTO	%	MANT.	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LOCAL COMERCIAL ADECUACIONES	\$15,000.00		1%	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00
EQUIPO DE COMPUTACION	TOTAL COSTO	%	MANT.	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMPUTADOR DE ESCRITORIO HP	\$1,917.00		2%	\$38.34	\$38.34	\$38.34	\$38.34
IMPRESORA MATRICIAL EPSON	\$359.00		2%	\$7.18	\$7.18	\$7.18	\$7.18
IMPRESORA HP MULTIFUNCION	\$420.00		2%	\$8.40	\$8.40	\$8.40	\$8.40
EQUIPO DE OFICINA	TOTAL COSTO	%	MANT.	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TELEFONOS	\$152.00		1%	\$1.52	\$1.52	\$1.52	\$1.52
SISTEMA DE ALARMA	\$400.00		1%	\$4.00	\$4.00	\$4.00	\$4.00
MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION	TOTAL COSTO	%	MANT.	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SILLAS DE OFICINA	\$180.00		1%	\$1.80	\$1.80	\$1.80	\$1.80
SILLA GERENTE	\$90.00		1%	\$0.90	\$0.90	\$0.90	\$0.90
ARCHIVADOR	\$240.00		1%	\$2.40	\$2.40	\$2.40	\$2.40
ESCRITORIOS	\$240.00		1%	\$2.40	\$2.40	\$2.40	\$2.40
MUEBLES Y ENSERES OPERACION	TOTAL COSTO	%	MANT.	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SILLAS PARA OPERARIAS	\$110.00		1%	\$1.10	\$1.10	\$1.10	\$1.10
MESA MAQUINARIA DE COSER	\$2,000.00		1%	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00
MESA DE CORTE Y DIBUJO	\$370.00		1%	\$3.70	\$3.70	\$3.70	\$3.70
ESTANTE BOLSOS	\$230.00		1%	\$2.30	\$2.30	\$2.30	\$2.30
ESTANTERIA PARA TELAS Y FIGURAS	\$330.00		1%	\$3.30	\$3.30	\$3.30	\$3.30
MUEBLES Y ENSERES VENTAS	TOTAL COSTO	%	MANT.	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESTANTE BOLSOS	\$460.00		1%	\$4.60	\$4.60	\$4.60	\$4.60
VITRINA	\$1,050.00		1%	\$10.50	\$10.50	\$10.50	\$10.50
MAQUINARIA Y EQUIPO	TOTAL COSTO	%	MANT.	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MAQUINA INDUSTRIAL MARCA SINGER	\$3,050.00		3%	\$91.50	\$91.50	\$91.50	\$91.50
CORTADORA DE TELA MARCA YUKI	\$420.00		3%	\$12.60	\$12.60	\$12.60	\$12.60
TOTAL MANTENIMIENTO				\$366.54	\$328.64	\$328.64	\$328.64

