

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOLSOS
DE DOBLE ESTILO UTILIZANDO MATERIAL COMO JEAN, CUERO Y
GAMUZA UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”**

AUTORA:

SANTILLÁN LARA PATRICIA ELIZABETH

DIRECTOR:

GOMEZ JAIME

Quito, Diciembre del 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Yo, Patricia Elizabeth Santillán Lara autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, Diciembre del 2013

(f) _____

Patricia Elizabeth Santillán Lara

C.I.: 1719089020-1

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado va dedicado primeramente a Dios que cada día supo darme fortaleza, paciencia y perseverancia para realizar mis actividades diarias hasta llegar a donde me encuentro ahora siendo mi guía, ejemplo y compañía, realizando las cosas con honestidad y dedicación.

A mis padres que con gran esfuerzo supieron brindarme su apoyo para que día a día pueda lograr mis metas y sueños, con palabras de aliento al brindarme su confianza y fe al brindarme la oportunidad a través de su sacrificio para obtener el estudio que ahora pongo en práctica; no solo ahora sino en el futuro para así llegar a ser una profesional.

A mis hermanos, quienes con su conocimiento y paciencia supieron brindarme su apoyo en los momentos más complicados en mi vida académica y personal, dándome el ejemplo de responsabilidad y dedicación, el luchar por lo que uno desea y teniendo en cuenta que si uno cae se debe levantar y con mucha más fuerza y demostrar que si uno quiere se puede.

Patricia Elizabeth Santillán Lara

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Politécnica Salesiana que proporcionó los profesionales adecuados con diferentes tipos de pedagogía, además de la infraestructura que complementó el ambiente de enseñanza para formar ingenieros de excelencia.

A mi tutor que con su paciencia y tiempo supo ayudarme y guiarme para poder sacar adelante este proyecto.

A mis profesores e ingenieros quienes cada día supieron inculcarme el conocimiento académico necesario para desarrollarme como una profesional y formarme de una mejor manera para un futuro.

Patricia Elizabeth Santillán Lara

RESUMEN

En la actualidad las mujeres forman un segmento de mercado que exige una amplia satisfacción de sus necesidades. Esto se logra a través de productos nuevos e innovadores que ayuden a complementarlas y ayudarlas en su vivir diario, por lo que se propone la producción de bolsos de doble estilo; que no solo brinde seguridad sino también comodidad al momento de llevar pertenencias.

Se plantea el siguiente proyecto con el objetivo de crear una microempresa que utilice materiales e insumos de producción nacional, que permita poner al alcance del cliente un producto útil y de alta calidad, buscando satisfacer sus exigencias; y que a su vez, sea fuente generadora de empleo para que contribuya al bienestar y desarrollo del país.

A través del estudio realizado se pudo obtener un 89,49% de aceptación por parte del mercado objetivo dando a entender que si existe una demanda insatisfecha a la cual se pueda atender con un producto acorde con las tendencias actuales.

El presente proyecto cuenta con 5 capítulos los cuales cuenta con la siguiente descripción:

En el primer capítulo se observará el análisis situacional comprendiendo el micro ambiente y macro ambiente.

En el segundo capítulo se desarrolla el estudio de mercado el cual consta con el cálculo de demanda, oferta y demanda insatisfecha existente en el mercado.

En el tercer capítulo se desarrolla el estudio técnico el cual comprende respecto a la localización, ingeniería, requerimientos y estudio organizacional del proyecto.

En el cuarto capítulo se observa el estudio financiero el cual consta con los balances, financiamiento, flujo de fondos e indicadores financieros con los respectivos cálculos e información para la realización de los mismos.

En el quinto capítulo se observa los diferentes impactos sociales y ambientales que se presentan en la investigación.

ABSTRACT

Today women are a market segment that requires extensive meeting their needs. This is achieved through new and innovative products that help complement and assist them in their daily life, so that the production of bags double style is proposed, which not only provide security but also comfort when carrying belongings.

It is proposed the following project with the goal of creating a small business that use materials and domestically produced inputs, which permits to customer hands a useful product and quality, to meet your demands, and that in turn, also be a source generating employment to contribute to the welfare and development.

Through the study made it possible to obtain a 89.49% acceptance by the target implying that if there is an unmet demand for which can be met with a product line with current market trends.

This project has 5 chapters which has the following description:

In the first chapter the situational analysis the micro environment and macro environment understanding is appreciated.

In the second chapter the market study which has the calculation of demand, supply and existing unmet demand in the market develops.

In the third chapter the technical study which comprises regarding location, engineering, study and organizational requirements of the project develops.

In the fourth chapter the financial study which comprises the balance sheets, financing, cash flow and financial indicators such calculations and information for the performance thereof is observed.

In the fifth chapter the different social and environmental impacts presented in the research notes.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
GENERALIDADES	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Problema de Investigación	4
1.3 Objetivos.....	5
1.3.1 Objetivo General:	5
1.3.2 Objetivos Específico:.....	5
1.4 Justificación	6
1.5 Análisis Situacional	7
1.5.1 Análisis Externo: Macro Ambiente.....	7
1.5.1.1 Escenario Demográfico Poblacional	7
1.5.1.2 Influencias Macroeconómicas	8
1.5.1.3 Incidencia del factor político	8
1.5.1.4 Incidencias del Factor Económico	9
1.5.1.5 Escenario Social	12
1.5.1.6 Escenario Tecnológico	14
1.5.2 Análisis Interno.....	15
1.5.2.1 Cliente.....	16
1.5.2.2 Competencia	17
1.5.2.3 Productos Sustitutos	18
1.5.2.4 Proveedores.....	18
CAPÍTULO II.....	19
ESTUDIO DE MERCADO.....	19
2.1 Análisis de las fuentes de información.....	20
2.1.1 Fuentes Primarias	20
2.1.2 Fuentes Secundarias	21
2.2 Análisis de la Demanda del Mercado Objetivo	23
2.2.1 Análisis de la Situación Competitiva del Mercado.....	24
2.2.2 Definición y diferenciación del producto.....	24
2.2.3 Diseño de la Investigación	26
2.2.3.1 Delimitación	26

2.2.3.2	Necesidades de Información	26
2.2.3.3	Target	26
2.2.4	Determinación del mercado objetivo	26
2.2.5	Toma de muestras por sector y edad	27
2.2.5.1	Muestra de Carcelén	28
2.2.5.2	Muestra de Comité del Pueblo	28
2.2.5.3	Muestra de Cotocollao.....	29
2.2.6	Cálculo de la muestra	29
2.2.6.1	Muestra Estratificada.....	31
2.2.7	Tabulación y Análisis de datos.....	33
2.2.8	Determinación de la demanda del mercado objetivo	50
2.3	Análisis de la oferta y condiciones de la competencia	53
2.3.1	Principales Competidores.....	54
2.3.2	Participación en el mercado	55
2.3.3	Oferta del Producto.....	56
2.3.4	Determinación de la demanda insatisfecha	56
2.4	Estrategias de mercadeo	57
2.4.1	Estrategias de producto.....	58
2.4.1.1	Producto	59
2.4.1.2	Identificación del producto.....	60
2.4.1.3	Características.....	60
2.4.1.4	Usos	61
2.4.1.5	Usuarios	61
2.4.1.6	Presentación.....	62
2.4.1.7	Composición.....	62
2.4.1.8	Características físicas	62
2.4.1.9	Sustitutos.....	63
2.4.1.10	Complementarios.....	63
2.4.2	Fuentes de abastecimiento de insumos	63
2.4.2.1	Sistemas de distribución	64
2.4.3	Estrategia para el precio	64
2.4.3.1	Precio	64
2.4.4	Estrategia para la plaza.....	65
2.4.5	Estrategia de publicidad	66

CAPÍTULO III.....	67
ESTUDIO TÉCNICO.....	67
3.1 Determinación del tamaño del proyecto	67
3.1.1 Número de empleados (sastres y costureras)	67
3.1.2 Superficie del proyecto:.....	67
3.1.3 Definición de la capacidad de producción	68
3.1.3.1 Nivel de Producción	70
3.2 Análisis de localización	71
3.2.1 Análisis de la localización de la planta	71
3.2.1.1 Análisis de los Factores determinantes para la localización de la planta	71
3.2.2 Análisis y criterios de la Macro localización	72
3.2.3 Análisis y criterios de la Micro localización.....	74
3.2.4 Selección de alternativa óptima.....	75
3.3 Ingeniería del Proyecto.....	77
3.3.1 Proceso y definición de producción de los bolsos de doble estilo.....	77
3.3.3 Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos.....	82
3.3.3.1 Requerimientos de recursos humanos y mano de obra.....	85
3.3.3.2 Requerimientos de materiales e insumos	85
3.3.3.3 Equipo de Computación	87
3.3.3.4 Equipo de Oficina.....	88
3.3.3.5 Maquinaria y Equipos.....	88
3.3.3.6 Muebles y Enseres.....	89
3.3.3.7 Requerimiento de Adecuaciones.....	90
3.3.3.8 Requerimientos varios: Suministros de oficina, equipos de protección y publicidad	90
3.3.4 Programa de producción.....	93
3.3.5 Distribución en planta.....	97
3.4 Instalaciones y obras civiles	98
3.5 Organización y administración.....	99
3.5.1 Régimen de constitución	101
3.5.2 Estrategia general del proyecto	108
3.5.2.1 Base legal.....	108
3.5.2.2 Base filosófica de la microempresa.....	112
3.5.2.2.1 MISIÓN	112

3.5.2.2.2	VISIÓN.....	112
3.5.2.2.3	Principios y valores	113
3.5 3	Organigrama estructural y GTH.....	115
CAPÍTULO IV		116
ESTUDIO FINANCIERO		116
4.1	Inversiones	116
4.1.1	Inversiones Fijas Depreciables	117
4.2	Costos de producción y operación	118
4.3	Presupuesto de Ingresos	118
4.3.1	Determinación del Precio de Producto.....	119
4.4	Presupuesto de Egresos	121
4.5	Punto de Equilibrio	124
4.5.1	Costos Fijos de Producción	124
4.5.2	Costos Variables de Producción.....	125
4.6	Capital de Trabajo	127
4.6.1	Sueldos.....	129
4.7	Financiamiento de costos e inversión.....	131
4.8	Estados Financieros	133
4.8.1	Balance de Situación Inicial	134
4.8.2	Estado de Resultados	135
4.8.3	Flujos de Fondos.....	137
4.8.4	Balance de Situación Inicial Proyectado.....	140
4.9	Evaluación Financiera	143
4.9.1	La Tasa Mínima aceptable de Rendimiento o Tasa de Actualización.....	143
4.9.2	Valor Actual Neto.....	145
4.9.3	Tasa Interna de Retorno.....	146
4.9.4	Relación Beneficio Costo	148
4.9.5	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	150
CAPÍTULO V.....		152
EVALUACION SOCIAL Y AMBIENTAL.....		152
5.1	Beneficios e impactos sociales	152
5.2	Impacto Ambiental	152
5.3	Remediación Ambiental	153
CONCLUSIONES		154

RECOMENDACIONES	155
LISTA DE REFERENCIAS.....	156
ANEXOS	157

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Población Total del Ecuador	7
Cuadro N° 2: Total Hombres y Mujeres en DMQ	8
Cuadro N° 3: Tasas de Interés Pasivas Efectivas Referenciales a Plazo	11
Cuadro N° 4: Tasas de Interés Activas Efectivas Vigentes	11
Cuadro N° 5: Riesgo País	12
Cuadro N° 6: Comparación de Pobreza e Indigencia en Ecuador	13
Cuadro N° 7: Distribucion de Ingresos	14
Cuadro N° 8: Uso del Internet	15
Cuadro N° 9: Población de Mujeres y Hombres de los Tres sectores	21
Cuadro N° 10: Población de Mujeres y Hombres de 15 a 25 años	22
Cuadro N° 11: Segmentación de Mercado Objetivo	27
Cuadro N° 12: ¿Cuál es su edad?	33
Cuadro N° 13: ¿Cuál es su sexo?	34
Cuadro N° 14: ¿Usted trabaja?	35
Cuadro N° 15: ¿Qué tipo de actividad realiza?	36
Cuadro N° 16: ¿Considera que su imagen es de suma importancia para la vida cotidiana?..	37
Cuadro N° 17: ¿Le llama la atención el bolso de doble estilo?	38
Cuadro N° 18: ¿Con qué frecuencia compra bolsos?	39
Cuadro N° 19: ¿Qué material para la compra de un bolso de doble estilo es de su preferencia?	40
Cuadro N° 20: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un bolso de doble estilo?	41
Cuadro N° 21: ¿Prefiere usted comprar un bolso de doble estilo hecho por mano de obra nacional?	42
Cuadro N° 22: ¿Donde prefiere comprar un bolso?	43
Cuadro N° 23: ¿Qué es lo primero que le llama la atención al comprar un bolso de doble estilo?	44
Cuadro N° 24: ¿Qué tipo de diseño seria de su preferencia para el bolso de doble estilo? ...	45
Cuadro N° 25: ¿Cómo le gustaría conocer el producto?	46
Cuadro N° 26: ¿Le gustaría que existiera un local que venda un bolso de doble estilo que le ofrezca calidad, diseño y precios cómodos?	47
Cuadro N° 27: ¿Cuál es su edad? (agrupado)	48
Cuadro N° 28: Segmentación de mercado con datos obtenidos	50
Cuadro N° 29: Total de Mujeres en los tres sectores	51
Cuadro N° 30: Demanda Potencial	51
Cuadro N° 31: Demanda proyectada de bolsos para los 5 años	52
Cuadro N° 32: Demanda proyectada de personas para 5 años	53
Cuadro N° 33: Proyección de la oferta	56
Cuadro N° 34: Proyección de la Demanda Insatisfecha	57
Cuadro N° 35: Participación en el Mercado	57
Cuadro N° 36: Capacidad de Planta	68
Cuadro N° 37: Tiempo estimado de producción del bolso de doble estilo	69
Cuadro N° 38: Matriz Locacional	76
Cuadro N° 39: Requerimientos de Recursos Humanos y Mano de Obra	85

Cuadro N° 40: Requerimientos de Materia Prima	86
Cuadro N° 41: Requerimientos de Materiales Directos.....	86
Cuadro N° 42: Requerimientos de Materiales Indirectos	87
Cuadro N° 43: Requerimientos de Equipo de Computación	87
Cuadro N° 44: Requerimientos de Equipo de Oficina.....	88
Cuadro N° 45: Requerimientos de Equipo de Oficina.....	88
Cuadro N° 46: Requerimientos de Muebles y Enseres Administración.....	89
Cuadro N° 47: Requerimientos de Muebles y Enseres Producción	89
Cuadro N° 48: Requerimientos de Muebles y Enseres Ventas.....	89
Cuadro N° 49: Adecuaciones	90
Cuadro N° 50: Requerimientos de Suministros de Oficina	90
Cuadro N° 51: Requerimientos de Equipos de Protección	91
Cuadro N° 52: Requerimientos de Publicidad	91
Cuadro N° 53: Requerimientos de Servicios Básicos Administración.....	91
Cuadro N° 54: Requerimientos de Servicios Básicos Producción	92
Cuadro N° 55: Matriz axiológica de localización	113
Cuadro N° 56: Inversión en Activos Fijos	117
Cuadro N° 57: Determinación del Precio del producto Mensual	119
Cuadro N° 58: Presupuesto de Ingresos	120
Cuadro N° 59: Presupuesto de Egresos	122
Cuadro N° 60: Costos fijos de producción.....	124
Cuadro N° 61: Costos variables de producción	125
Cuadro N° 62: Punto de Equilibrio	126
Cuadro N° 63: Capital de Trabajo.....	128
Cuadro N° 64: Sueldos	129
Cuadro N° 65: Proyección de Sueldos	130
Cuadro N° 66: Estructura de Capital.....	131
Cuadro N° 67: Tabla de Amortización de Préstamo.....	132
Cuadro N° 68: Balance de Situación Inicial	134
Cuadro N° 69: Estado de Pérdidas y Ganancias	136
Cuadro N° 70: Flujo de Fondos con Financiamiento.....	138
Cuadro N° 71: Flujo de Fondos sin Financiamiento.....	139
Cuadro N° 72: Balance de Situación Inicial Proyectado	141
Cuadro N° 73: Valor actual neto sin financiamiento	146
Cuadro N° 74: Valor actual neto con financiamiento	146
Cuadro N° 75: Tasa Interna de Retorno sin Financiamiento	147
Cuadro N° 76: Tasa Interna de Retorno con Financiamiento.....	148
Cuadro N° 77: Relación Beneficio Costo sin Financiamiento	149
Cuadro N° 78: Relación Beneficio Costo con Financiamiento	149
Cuadro N° 79: Periodo de Recuperación de la Inversión (S/F).....	150
Cuadro N° 80: Periodo de Recuperación de la Inversión (C/F)	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Producto Interno Bruto	9
Gráfico N°2: Balanza Comercial.....	10
Gráfico N°3: Ubicación de investigación.....	21
Gráfico N°4: ¿Cuál es su edad?.....	34
Gráfico N°5: ¿Cuál es su sexo?	35
Gráfico N°6: ¿Usted Trabaja?	36
Gráfico N°7: ¿Qué tipo de actividad realiza?	37
Gráfico N°8: ¿Considera que su imagen es de suma importancia para la vida cotidiana?	38
Gráfico N°9: ¿Le llama la atención el bolso de doble estilo?.....	39
Gráfico N°10: ¿Con qué frecuencia compra bolsos?	40
Gráfico N°11: ¿Que material para la compra de un bolso de doble estilo es de su preferencia?	41
Gráfico N°12: ¿Cuanto está dispuesto a pagar por un bolso de doble estilo?.....	42
Gráfico N°13: ¿Prefiere usted comprar un bolso de doble estilo hecho por mano de obra nacional	43
Gráfico N°14: ¿Donde prefiere comprar un bolso?	44
Gráfico N°15: ¿Que es lo primero que le llama la atención al comprar un bolso doble estilo?	45
Gráfico N°16: ¿Qué tipo de diseño sería de su preferencia para el bolso de doble estilo?....	46
Gráfico N°17: ¿Como le gustaría conocer el producto?	47
Gráfico N°18: ¿Le gustaría que existiera un local que venda un bolso de doble estilo que le ofrezca calidad, diseño y precios cómodos?	48
Gráfico N°19: ¿Cuál es su edad (agrupado)?.....	49
Gráfico N°20: Participación en el mercado	55
Gráfico N°21: Ciclo de vida del Producto	58
Gráfico N°22: Mapa de Pichincha.....	73
Gráfico N°23: Distrito Metropolitano de Quito	73
Gráfico N° 24: Máquina de coser overlock 5 hilos.....	82
Gráfico N° 25: Máquina de coser singer 2491 d300a industrial.....	83
Gráfico N° 26: Cortadora vertical 8in	84
Gráfico N° 27: Distribución de planta.....	97
Gráfico N° 28: Logotipo de la Microempresa.....	111
Gráfico N° 29: Organigrama Estructural	115
Gráfico N° 30: Organigrama Funcional	115
Gráfico N° 31: Punto de Equilibrio	127
Gráfico N° 32: Estructura de Capital	131

CUADRO DE IMÁGENES

Imagen 1: Selección de la materia prima	77
Imagen 2: Medición de la Tela	77
Imagen 3: Rayado de la Tela	78
Imagen 4: Corte de la Tela	78
Imagen 5: Coser la Tela en la Máquina SYNGER	78
Imagen 6: Coser la Tela en la Máquina OVERLOG	79
Imagen 7: Unión de las dos telas	79
Imagen 8: Puesta de cierre.....	79
Imagen 9: Puesta de parches o adornos al producto	80
Imagen 10: Puesta de velcro en la otra cara del producto.....	80
Imagen 11: Puesta de las orejas en el producto.....	80
Imagen 12: Producto terminado	81

INTRODUCCIÓN

El bolso es un aditamento de gran importancia de uso diario de las mujeres debido a su utilidad y beneficios, al ser un producto de uso cotidiano permite la investigación de un amplio sector donde se busca la innovación considerando las tendencias de consumos, gustos y preferencias.

Este aditamento genera gran aceptación en el mercado incentivando cada día nuevos estilos, diseños, colores y combinaciones que brinden una satisfacción, de esta manera se da paso a la inserción de productores y comercializadores que se dedican para lograr este objetivo.

Bajo estas premisas se propone la creación de una microempresa con iniciativa de crecimiento a través de la producción y comercialización de bolsos de doble estilo, brindando la oportunidad de disponer dos productos en uno, utilizando materiales de alto consumo en la actualidad como son el cuero, jean y gamuza.

El producto garantizará calidad, comodidad y seguridad al momento de usarlo con diseños actuales y acordes con las preferencias actuales, considerando un mercado objetivo de mujeres de 15 a 25 años con ingresos promedios al salario mínimo vital.

El desarrollo de investigación contiene 4 capítulos dentro de los cuales se parte desde el planteamiento del problema hasta las conclusiones y recomendaciones, tomando como referencia el comportamiento actual del mercado y necesidades actuales.

En el primer capítulo se establecen los puntos relevantes con respecto al problema de investigación, objetivos y análisis situacional; los mismos que ayudan a determinar los escenarios e influencias que forman parte del macro-ambiente así como factores que conforman el análisis del micro-ambiente, que ayudarán a tener una visión clara de la situación actual.

En el segundo capítulo se establece la investigación de estudio de mercado que cuenta con el análisis de la oferta, demanda y demanda insatisfecha llegando a determinar como resultado el mercado objetivo de mujeres de 15 a 25 años, considerando un nivel de aceptación del 89,94%.

En el tercer capítulo se establece el estudio técnico donde se encuentran la ubicación e ingeniería en los se describen el proceso de producción, requerimientos, programa de producción, distribución, organización y base filosófica que son necesarios para el funcionamiento adecuado de la microempresa detallando y demostrando las consideraciones pertinentes como lo establece la base legal de la misma.

El estudio financiero se desarrolla de acuerdo al análisis de la estructura de capital con el cual se establece el proyecto, determinando que se cuenta con un capital propio del 74% y un 26% obtenido a través de un crédito bancario, además se analizan los indicadores financieros como son: la TMAR de 17,65% sin financiamiento y 15,04% con financiamiento, la TIR obtenida sin financiamiento es de 75,60% y con financiamiento del 93,45%, la relación b/c es de 3,02 sin financiamiento y 4,10 con financiamiento. Todo esto permite determinar la factibilidad o viabilidad del proyecto; dando resultados positivos y rentables para ponerlo en marcha.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 Antecedentes

El bolso ha sido un amigo eficaz en el viaje del ser humano por la historia. El cazador prehistórico confeccionó bolsos con la piel de los animales para guardar los preciosos útiles de sílex. Era necesario un método que las hiciera manejables y suaves. A partir de entonces comenzó una búsqueda que duró milenios.

Ya en la Biblia se mencionan, y resulta curioso comprobar que las culturas unidas al pastoreo, de manera espontánea, llegaron todas al mismo diseño, que hoy sigue siendo uno de los preferidos de todas nosotras.

En la Edad Media los bolsitos de las damas eran trasladables de una prenda a otra. Se confeccionaban con la misma tela del vestido y se ataban a la cintura.

Tras la Revolución Francesa, la moda retornó al gusto por las formas clásicas y se puso en boga una de las tendencias más favorecedoras de la historia de la indumentaria: el vestido imperio, cuyo talle sale bajo el pecho. Las telas eran tan transparentes que no permitía llevar bolsillos interiores. De forma que surgieron los primeros bolsitos que entendemos como complemento estético de moda. (Quintana, 2012).

Se puede concluir que el bolso fue, es y será de gran utilidad para el vivir diario de una mujer al permitir llevar cosas y resaltar la belleza al complementar la imagen.

1.2 Problema de Investigación

El proyecto de investigación se centra en el porcentaje de microempresas dedicadas a la producción y comercialización de bolsos para mujeres en el sector textil de Quito. Se puede ver que en el mercado existe una alta demanda de este producto debido a su utilidad pero también se observa que a medida que transcurre el tiempo se insertan en el mercado nuevos bolsos a precios altos que no ofrecen garantía, seguridad, espacio, diseño ergonómico que vaya adaptada a la contextura física de la mujer y que satisfaga las necesidades de jóvenes estudiantes, trabajadoras y amas de casa con ingresos limitados que exigen el requerimiento de un bolso útil que facilite el accionar para que puedan desarrollar sus actividades.

En vista de esta situación, se considera la oportunidad de inserción en el mercado de bolsos de doble estilo diferenciado que pueda proporcionar a este segmento de mujeres seguridad y comodidad al momento de trasladar sus aditamentos acordes con sus gustos y preferencias.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General:

Desarrollar el proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de bolsos de doble estilo utilizando material como jean, cuero y gamuza ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito para el año 2014.

1.3.2 Objetivos Específico:

- Realizar un Estudio de Mercado que ayude a determinar la demanda insatisfecha de bolsos de doble estilo en el sector norte de la ciudad de Quito.
- Elaborar un Estudio Técnico para establecer la ubicación, tamaño, procesos y logística necesarios para la el buen funcionamiento del negocio.
- Organizar un marco Administrativo y Legal necesario para la correcta constitución de la empresa y un adecuado funcionamiento de la misma.
- Estructurar el Estudio Financiero a fin de determinar cuáles son los ingresos, costos, gastos y punto de equilibrio que implica tener este tipo de negocio a efecto de establecer la factibilidad y viabilidad del mismo.
- Elaborar un Estudio de Mercadeo para la comercialización y publicidad del producto para lograr la competitividad en el mercado.

1.4 Justificación

En la actualidad, la sociedad se encuentra bajo dinamismo generando estrés y la falta de tiempo más aun para las mujeres al momento de querer satisfacer las necesidades con la adquisición de ciertos productos como son las carteras o bolsos que son considerados un aditamento primordial al momento de realizar sus actividades cotidianas. En el mercado se encuentran varias microempresas que ofrecen estos productos de estilo único que solo buscan una imagen decorativa con costos altos sin considerar las necesidades actuales que las mujeres requieren satisfacer en su diario convivir.

Frente a estas necesidades se considera la iniciativa de la creación de una microempresa que busca satisfacer las necesidades tomando en consideración amas de casa, estudiantes universitarias y trabajadoras manuales entre las edades de 15 a 25 años e ingresos promedio del salario mínimo vital ya que son la personas que buscan no solo una imagen decorativa sino un bolso que cumpla con las exigencias pertinentes.

A través la creación de la microempresa se garantiza el uso de mano de obra nacional siendo así generador de fuentes de empleo a través de la contratación de personal capacitado tanto para corte, confección y diseño del producto, el uso de insumos nacionales como son la tela jean, cuero y gamuza, hilo, cierres, adornos que corroboren a brindar un producto de calidad y el uso de tecnología nacional que permita generar una productividad tratando de producir un determinado número de unidades en un menor tiempo y así poder satisfacer las necesidades de las mujeres.

Se espera ofrecer un producto de diseño ergonómico y de tamaño normal garantizando la comodidad, seguridad y principalmente la organización al momento de guardar sus implementos haciendo sentir a cada una de las mujeres que utilicen el producto más seguras y cómodas con su imagen personal brindándole la facilidad de ahorrar tiempo al evitar trasladarse de un lugar a otro por el cambio de imagen acorde con su vestimenta ya que el producto busca cumplir con las expectativas de ofrecer una actualización constante en sus modelos. La microempresa busca adentrarse en el mercado nacional de una manera tal que desde el momento que se inicie sus actividades contribuya al desarrollo del país.

1.5 Análisis Situacional

El análisis situacional es el estudio que ayuda a determinar el estado en que se encuentra el entorno donde se desarrollará una empresa en un momento dado, considerando los factores internos y externos que influyen en su proyección de desarrollo.

1.5.1 Análisis Externo: Macro Ambiente

El macro ambiente comprende ciertos factores que afectan o generan oportunidades para el desarrollo de la empresa, las mismas que se muestran como incontrolables ante una situación que se pueda presentar.

1.5.1.1 Escenario Demográfico Poblacional

Según el último censo realizado en el año 2010, la población total del Ecuador es de 14'483.499 habitantes de acuerdo al INEC distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro N° 1: Población Total del Ecuador

POBLACIÓN TOTAL DEL ECUADOR			
EDAD	HOMBRES	MUJERES	% TOTAL
0-14	2.301840	2.209.971	30.10
15-64	4437.626	4.569.599	63.50
65 Y MÁS	463841	500.982	6.40
TOTAL	7.202.947	7.280.552	

Fuente: INEC

Del cuadro anterior se desprende que el mayor porcentaje de la población corresponde al 63,50 % de las personas que se encuentran en el rango de 15 a 64 años.

Para el presente proyecto se considera analizar a la población del DMQ que cuenta con una población de 1,608 millones de habitantes, distribuidas de la siguiente manera:

Cuadro N° 2: Total Hombres y Mujeres en DMQ

	Hombres	Mujeres	Total
Quito consolidado Área urbana	783.616	835.530	1.619.146
Total DMQ	1.088.811	1.150.380	2.239.191

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC

El cuadro anterior muestra el total de población que es de vital importancia para el desarrollo de la investigación, ya que son los principales promotores de consumo para los nuevos productos que puedan satisfacer sus necesidades.

Del total de población establecida se consideraría el rango de mujeres de 15 a 25 años que se muestran accesibles ante la idea de un nuevo producto como es el bolso de doble estilo que cumpla con sus expectativas.

1.5.1.2 Influencias Macroeconómicas

Es importante el análisis de los factores macroeconómicos que se proyectan a la comercialización de bolsos de doble estilo en el Sector Norte de la Ciudad de Quito; y que posiblemente estas mismas variables influyan a que otras empresas comercialicen el mismo producto u otro similar.

1.5.1.3 Incidencia del factor político

En los últimos 6 años de gobierno, se ha observado gran avance en el desarrollo del país promoviendo la inversión interna aplicándola en obras que benefician al mejoramiento de la calidad de vida de la población ecuatoriana, a través del programa de la revolución ciudadana.

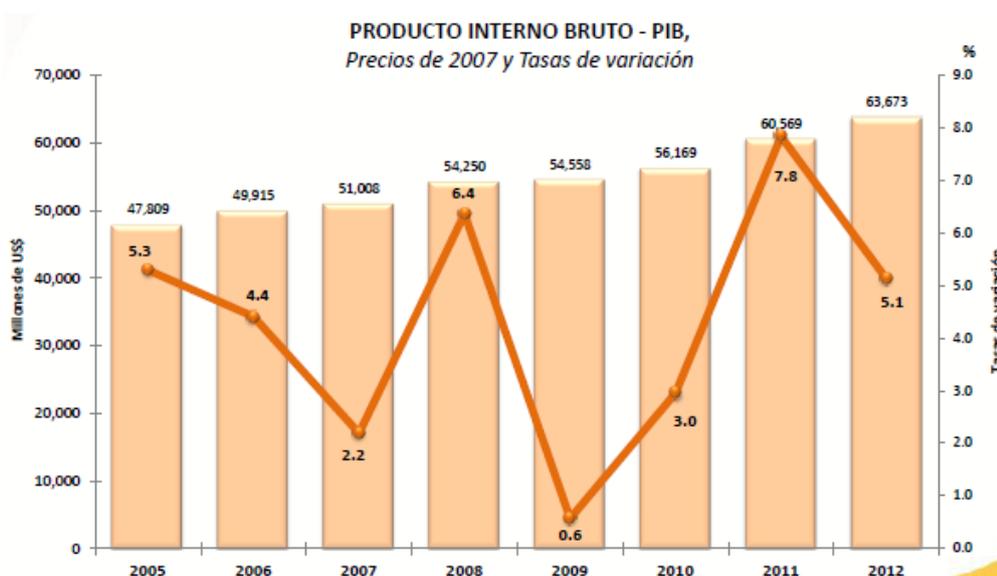
También se ha podido observar que el gobierno ha contribuido con el desarrollo de la pequeña industria dando paso al crecimiento y desarrollo de aquellas personas que desean tener un negocio propio sin depender de producto extranjero. La facilidad de adquisición de créditos; así como también la oportunidad de obtener un convenio con el estado proporcionando el RUP (Registro Único de Proveedores), ha logrado apoyo para la estabilidad del microempresario y que sus productos sobresalgan con menos dificultades.

1.5.1.4 Incidencias del Factor Económico

- **Producto Interno Bruto**

El producto interno bruto equivale al total de producción corriente de bienes y servicios a nivel nacional dado en un periodo determinado que puede ser de un año o un trimestre.

Grafico N°1: Producto Interno Bruto



Fuente: Banco Central del Ecuador

Según el gráfico anterior, en el 2012 el PIB se ubicó en 63.673 millones de dólares mostrando un crecimiento favorable para el desarrollo del país.

- **Inflación**

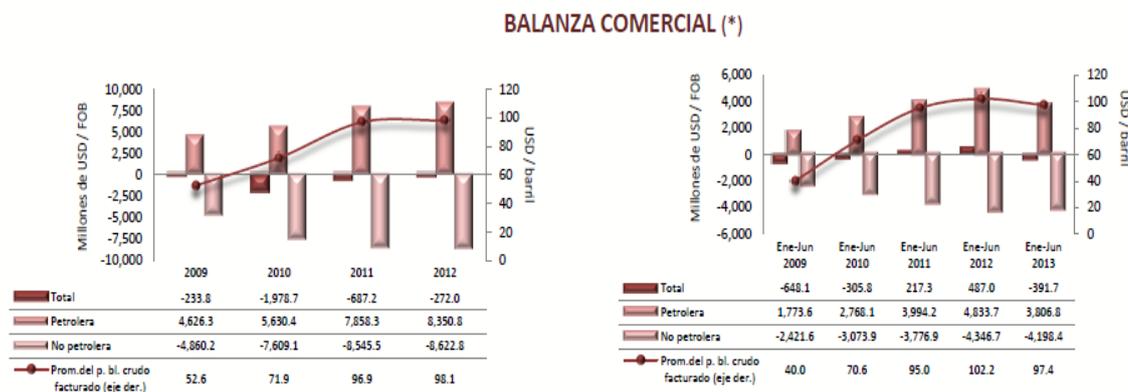
El índice de inflación actual muestra que los resultados en relación a años anteriores han disminuido por lo que es importante enfatizar que esta situación beneficia a los productores por lo que en promedio se mantiene en un 5,1% aproximadamente.

- **Balanza Comercial**

La balanza comercial es una cuenta que contabiliza todas las transacciones producidas en un país en un periodo determinado de tiempo (1 año). Se obtiene de la diferencia de exportaciones e importaciones, debiendo obtener un superávit en el caso de que las exportaciones fueran mayores a las importaciones y un déficit en caso contrario considerando el aspecto petrolero y no petrolero para el análisis correspondiente.

Así mismo es considerada una herramienta de vital importancia puesto que muestra el desarrollo de los productores nacionales con sus respectivos productos cuando se obtienen resultados positivos.

Gráfico N°2: Balanza Comercial



Fuente: Banco Central del Ecuador

- **Tasa de Interés**

La Tasa de interés es el precio de dinero en el tiempo. Existen varios tipos de tasas de interés: la tasa activa para la Pymes es el del 11,83 al igual que la tasa pasiva se propone al momento de adquirir un crédito a plazo y que se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3: Tasas de Interés Pasivas Efectivas Referenciales a Plazo

3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

Fuente: Banco Central del Ecuador

Para el análisis sólo se tomará en cuenta la tasa de interés activa

Cuadro N° 4: Tasas de Interés Activas Efectivas Vigentes

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: Banco Central del Ecuador

- **Riesgo País:**

Es la opinión que emite una calificadora de riesgo a un país diariamente, tomando en cuenta factores como la estabilidad política y económica principalmente.

Cuadro N° 5: Riesgo País

FECHA	VALOR
Septiembre-10-2013	642.00
Septiembre-09-2013	642.00
Septiembre-08-2013	640.00
Septiembre-07-2013	640.00
Septiembre-06-2013	640.00
Septiembre-05-2013	634.00
Septiembre-04-2013	640.00
Septiembre-03-2013	646.00
Septiembre-02-2013	649.00
Septiembre-01-2013	649.00
Agosto-31-2013	649.00
Agosto-30-2013	649.00
Agosto-29-2013	649.00
Agosto-28-2013	648.00
Agosto-28-2013	648.00
Agosto-27-2013	653.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Como se observa en la tabla el riesgo país es el índice de riesgo que tiene un inversionista al querer prestarle dinero a un país, observando que mensualmente este valor ha ido disminuyendo dando un aspecto positivo.

1.5.1.5 Escenario Social

Actualmente se observa en este aspecto la existencia de pobreza en el país; que aun se mantiene debido a la falta de educación, rompimientos familiares, violencia, exigencias académicas, inestabilidad laboral, entre otros. Los mismos que llevan muchas personas a emplearse desde muy corta edad. Según los últimos reportes del gobierno el Ecuador tiene tasa de pobreza más alta de América Latina.

Cuadro N° 6: Comparación de Pobreza e Indigencia en Ecuador

AMÉRICA LATINA (18 PAÍSES): PERSONAS EN SITUACIÓN DE POBREZA E INDIGENCIA, ALREDEDOR DE 2002, 2010 Y 2011

(En porcentajes)

País	Alrededor de 2002			Alrededor de 2010			2011		
	Año	Pobreza	Indigencia	Año	Pobreza	Indigencia	Año	Pobreza	Indigencia
Argentina ^a	2004	34,9	14,9	2010	8,6	2,8	2011	5,7	1,9
Bolivia (Estado Plurinacional de)	2002	62,4	37,1	2009	42,4	22,4
Brasil	2001	37,5	13,2	2009	24,9	7,0	2011	20,9	6,1
Chile	2000	20,2	5,6	2009	11,5	3,6	2011	11,0	3,1
Colombia ^b	2002	49,7	17,8	2010	37,3	12,3	2011	34,2	10,7
Costa Rica ^c	2002	20,3	8,2	2010	18,5	6,8	2011	18,8	7,3
Ecuador ^a	2002	49,0	19,4	2010	37,1	14,2	2011	32,4	10,1
El Salvador	2001	48,9	22,1	2010	46,6	16,7
Guatemala	2002	60,2	30,9	2006	54,8	29,1
Honduras	2002	77,3	54,4	2010	67,4	42,8
México	2002	39,4	12,6	2010	36,3	13,3
Nicaragua	2001	69,4	42,5	2009	58,3	29,5
Panamá	2002	36,9	18,6	2010	25,8	12,6	2011	25,3	12,4
Paraguay	2001	61,0	33,2	2010	54,8	30,7	2011	49,6	28,0
Perú ^d	2001	54,7	24,4	2010	31,3	9,8	2011	27,8	6,3
República Dominicana	2002	47,1	20,7	2010	41,4	20,9	2011	42,2	20,3
Uruguay ^a	2002	15,4	2,5	2010	8,6	1,4	2011	6,7	1,1
Venezuela (República Bolivariana de)	2002	48,6	22,2	2010	27,8	10,7	2011	29,5	11,7

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

Ante esta situación al establecer un negocio se debe considerar el desarrollo del país con el objetivo de generar fuentes de empleo al producir productos nacionales, lo que permitirá no solo eliminar la pobreza sino también disminuirla a un nivel menos agravante.

- **Pobreza e Indigencia**

Se considera en situación de pobreza aquellos hogares que tienen ingresos insuficientes, para cubrir las necesidades alimentarias y no alimentarias como vestimenta, educación, etc., de sus miembros.

Se considera en situación de indigencia a las familias que cuentan con ingresos insuficientes como para cubrir una canasta de alimentos capaz de satisfacer el umbral mínimo de sus necesidades.

En el año 2012 se presenta una tasa de pobreza del 29% y de indigencia del 11% que es menor en relación a los años anteriores.

Cuadro N° 7: Distribucion de Ingresos

Distribución de Ingresos							
	Quintil (Mas pobre)					Quintil 5 (más rico)	
	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 9	Quintil 10
Ecuador	1,5	2,5	8,0	12,6	20,0	16,1	39,3

Fuente: INEC

También al poner en marcha un negocio se debe enfocar al mercado al que va dirigido considerando el ingreso económico y el estatus de vida de la población; ya que al ser un país con mayor índice de pobreza se impide la apreciación del producto nacional dejando que el producto extranjero abarque el mercado.

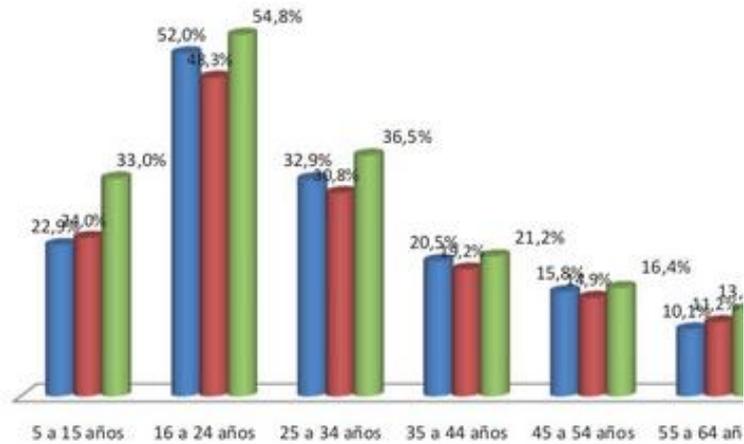
1.5.1.6 Escenario Tecnológico

Dentro de este aspecto se considera los programas de software especializados útiles para agilizar las actividades y funcionamiento de una empresa, ayudando a generar eficacia y eficiencia al momento de llevar el inventario.

Cada vez se buscan crear aplicaciones de software que impulsen el control adecuado de las actividades, así como el control de materiales recibidos y por entregar, manejo de contabilidad, entre otros.

Una de las nuevas tecnologías que se usa hoy en día son “las tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)” que agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones (Malbernat, 2010)

Cuadro N° 8: Uso del Internet



Fuente: INEC

El incremento del uso de internet se ha dado debido a que las personas buscan información, desean realizar compras a través de páginas comerciales, escuchar o descargar música, consultas académicas entre otras de manera más rápida. Actualmente es considerada como una herramienta relevante en el vivir diario de las personas.

1.5.2 Análisis Interno

El análisis interno comprende todos los factores que se involucran internamente con el funcionamiento de la empresa tales como: clientes, competidores y proveedores. Estos son de vital importancia para el funcionamiento y desarrollo de la empresa.

Para la microempresa, que es nueva en el mercado, quizás no se puede realizar un completo análisis interno, ya que difícilmente se pueda determinar sus fortalezas o debilidades cuando se encuentra en la etapa de formación. Sin embargo, se ha podido considerar algunos aspectos que se pueden observar a simple vista.

Como fortalezas:

- Alta experiencia en el diseño del producto.
- Mano de obra seleccionada.
- Ubicación en un amplio sector comercial.
- Utilización de insumos nacionales.
- Baja exigencia en la contratación de personal.
- Se ofrece un producto nuevo y de utilidad.

Como amenazas:

- Incremento en los costos de los insumos para la elaboración del producto.
- Alta distribución de productos chinos a bajos costos.
- Surgimiento de competencia con más recursos.
- Cambio de tendencias.

1.5.2.1 Cliente

El cliente es aquella persona que satisface sus necesidades a través de una compra siendo promotor de la creación de nuevos productos en el mercado, dando el visto bueno ante el cumplimiento de una expectativa.

En este estudio se considera a las mujeres como clientes bajo las exigencias actuales de artículos acordes con sus gustos y preferencias. Por lo que se considera adecuada la investigación al crear un producto que va dirigido al mercado de clase media y con ingresos promedios al salario mínimo vital.

- Contribución o la calidad o servicio a los compradores:

La garantía del producto es ofrecida a través de la calidad de los insumos de origen nacional como son el cuero, jean y gamuza. Además el producto brinda seguridad, imagen y organización al momento de utilizarlo en las actividades diarias.

Todo esto se hará conocer bajo un adecuado manejo de mercadeo que marque la diferencia del producto para así atraer la atención y ganar participación en el mercado considerando la actualización tanto de la microempresa como del producto de acuerdo con las exigencias a través del tiempo.

1.5.2.2 Competencia

La competencia se forma de productores dedicados a una similar actividad. Diferenciando en producción o estilo de ventas, generando la intención de crear y desarrollarse a través de un valor agregado en el producto a ofrecer.

- Rivalidad entre competidores

En el mercado existen varias empresas y microempresas dedicadas a la producción y comercialización de bolsos por lo que se considera que los factores que intervienen son precio, calidad, diseño y utilidad. Al considerar estos factores se marca la diferencia y se parte de ese punto para tener la atención de los clientes y su fidelidad al momento de adquirir el producto.

1.5.2.3 Productos Sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que cumplen las mismas funciones con diferentes características que buscan la satisfacción del cliente.

- Disponibilidad de sustitutos

En el mercado en general existe una gran cantidad de empresas que se dedican a la venta de bolsos sean de calidad nacional o extranjera por lo que existe una amplia línea de disponibilidad de sustitutos; es ahí donde se marca la diferencia al insertar el bolso de doble estilo al mercado.

1.5.2.4 Proveedores

Los proveedores son aquellas instituciones o personas que suministran la materia prima para la producción de un bien o servicio.

Se espera que la adquisición de insumos y de material para la elaboración de los bolsos de doble estilo sea de origen nacional ya que así se promoverá fundamentalmente el consumo del producto local en lugar del extranjero.

Se espera de los proveedores calidad, puntualidad y garantía al momento de entrega de sus insumos ya que de eso dependerá mucho la confiabilidad de los clientes por la garantía del producto a adquirir.

Dentro de los posibles proveedores de materia prima para la microempresa se ha considerado a la empresa La Francelana, que desde hace muchos años cumple con estándares de calidad y cumplimiento, además proporciona la posibilidad de obtener descuentos al momento de adquirir la materia prima.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Miranda Juan José, Pág. 87 dice que: El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

Al emprender un estudio de mercado se debe considerar cada variable que implique una variación para bien o para bien de la investigación, se debe esclarecer cual será el método a utilizar para el desarrollo del estudio el cual será de vital importancia para la adquisición de datos que ayuden a establecer el mercado adecuado para el emprendimiento del proyecto.

Se puede afirmar, que el estudio de mercado utiliza una serie de técnicas útiles para obtener información acerca del medio que rodea al proyecto, que le permita pronosticar las tendencias futuras de su comportamiento. (Miranda, 2005)

Se considera importante comenzar la descripción del estudio de mercado con una explicación clara e inequívoca del producto como es el bolso de doble estilo y de los materiales que intervienen en su producción, tratando de dejar en claro su utilidad y diferenciación en calidad para la aceptación por parte del mercado.

También se debe puntualizar cuáles serán los posibles clientes teniendo en cuenta sus costumbres y hábitos de consumo, ya que realizando una debida investigación se podrá diseñar y ofrecer un producto acorde con sus necesidades; de tal manera que cualquier actualización del producto se deberá de acuerdo al seguimiento del cliente considerando su capacidad para aceptar, adquirir y utilizar el producto.

2.1 Análisis de las fuentes de información

Para determinar las necesidades específicas y buscar alternativas de solución en el mercado del sector norte de la ciudad de Quito se utilizan las fuentes de información, para establecer la oferta y demanda existentes en el campo de estudio.

2.1.1 Fuentes Primarias

Ángel Fernández Nogales, Pág. 28 dice: que cuando la información secundaria no es suficiente es necesario acudir a información primaria, es decir, datos no recogidos ni elaborados de antemano. En este caso es necesario realizar todo un proceso de obtención de información del mercado con el propósito especial de satisfacer las necesidades de una investigación concreta. Este procedimiento es más complejo y requiere una mayor inversión que la utilización de datos secundarios. Las empresas que desean obtener datos primarios pueden optar por crear sus propios departamentos de investigación de mercados o contratar los servicios de empresas especializadas. (Nogales, 2004)

Al considerar la siguiente información se puede especificar que no existen datos históricos sobre la existencia de bolsos ni especialistas que se dediquen propiamente al estudio del tema por lo que se considera las siguientes herramientas para la obtención de información:

- La encuesta.
- Observación

Como anteriormente se describió la manera de investigación, se describe la herramienta que ayudará a la tabulación de los datos como es el programa SPSS, cuya función principal es facilitar el manejo de datos obtenidos en las encuestas realizadas.

2.1.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que reúnen información escrita, que existe sobre el tema pudiendo ser estadísticas del gobierno, libros, datos de las empresas y otras.

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, Carcelén y los sectores considerados como consumidores como son Comité de Pueblo y Cotocollao:

Gráfico N°3: Ubicación de investigación



Fuente: GOOGLEMAPS

Cuadro N° 9: Población de Mujeres y Hombres de los Tres sectores

BARRIO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Carcelén	19.205	20.081	39.286
Comité del Pueblo	18.402	18.917	37.319
Cotocollao	15.608	17.418	33.026
TOTAL	53.215	56.416	109.631

Fuente: INEC, Censo de población y vivienda 2010, Distrito Metropolitano de Quito (por sexo)

Elaborado por: Patricia Santillán

Se ha podido determinar el número de mujeres que habitan en los sectores más comerciales del sector norte de la ciudad de Quito, siendo considerados debido a que cumplen con los requerimientos de estudio.

A pesar de tener ya ubicado el número de mujeres en los sectores más comerciales del norte de Quito se debe considerar que el producto va dirigido a mujeres de 15 a 25 años por lo que al realizar una investigación más minuciosa se ha podido determinar los siguientes datos que ayudan a segmentar de manera más adecuada el mercado con el que se trabajará y se tomara la muestra en base a los siguientes datos resultantes:

Cuadro N° 10: Población de Mujeres y Hombres de 15 a 25 años

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
15 a 19	91.129	95.183	186.312
20 a 25	93.980	99.489	193.469
TOTAL	185.109	194.672	379.781

Fuente: INEC, Censo de población y vivienda 2010, Distrito Metropolitano de Quito (por edad)

Elaborado por: Patricia Santillán

Ya obtenidas las dos variables primordiales para determinar el mercado objetivo, se debe vincular ambas variables para así tener un mercado específico que represente el número de mujeres de 15 a 25 años de edad en los sectores de Carcelén, Comité del Pueblo y Cotocollao.

2.2 Análisis de la Demanda del Mercado Objetivo

Josefina Koch Tovar en la Pág. 26 dice: La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad.

Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado. Debe ser cuantificada en unidades físicas.

Con el análisis de la demanda se logran determinar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un producto o servicio en función del tiempo.

Para analizar la demanda es necesario que se realice una investigación del mercado, sobre nuestros potenciales clientes, para ello debemos segmentar el mercado, los cuales conforman el mercado meta. (Tovar, 2006)

Los proyectos generadores de ingresos, suponen la estimación de cantidades que pueden ser vendidas a ciertos niveles de precios. Además, aparecen una serie de factores que condicionan y determinan los gustos los gustos y preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra.

En base a este contexto podemos afirmar, que la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. El estudio cubre no solamente la demanda actual sino también los pronósticos de consumo que se puedan estimar con base a datos del pasado o de otras herramientas cualitativas y cuantitativas que puedan aportar nuevas luces al respecto. En cualquier circunstancia se requiere información sobre una gama amplia de variables que se supone afectan el comportamiento de la demanda. (Miranda, 2005)

Para la determinación de la demanda es muy importante considerar todas las variables que implican su estudio, para así poder tener un panorama a futuro y saber si la microempresa y el producto tendrán un impacto positivo y factible.

Dada la situación, al tratarse de un producto nuevo e innovador como es el bolso de doble estilo; no se cuenta con datos históricos por lo que se propone un análisis en

base a información relacionada con productos parecidos o sustitutos para emprender un adecuado estudio de la demanda a partir de este punto.

2.2.1 Análisis de la Situación Competitiva del Mercado

En el sector norte de la ciudad de Quito se pueden identificar microempresas bien establecidas dedicadas a la producción y comercialización de bolsos de características básicas sea como producto principal o como producto adicional en el emprendimiento de las actividades.

Considerando la situación actual, muchas de las microempresas tienen su segmento de mercado bien establecido por lo que marcar una diferenciación debe estar estructurado estratégicamente dando a los clientes una idea de diferenciación del producto a insertar en el mercado.

En el transcurso de la investigación a través de la observación se ha podido determinar que las microempresas cuentan con tecnología antigua debido a que el sector en específico abastece a su mercadería de productos importados, dejando atrás la mano de obra nacional.

El manejo de las microempresas a través de las importaciones ofrece precios cómodos más no la calidad y durabilidad de los productos. Esto ha dado lugar solamente al acto de consumo por necesidad y no a la elaboración de productos en base a las necesidades actuales.

Aprovechando la actividad económica en Carcelén, esta ubicación es considerable para la localización de la microempresa por la alta demanda que se proyecta a establecer una diferenciación y aceptación del producto.

2.2.2 Definición y diferenciación del producto

Kotler Philip, Gary m. Armstrong dice que el producto es cualquier cosa que pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que pudiera satisfacer un deseo o una necesidad. (Philip Kotler, 2003)

El bolso de doble estilo es un producto pensado y diseñado para satisfacer las necesidades de las mujeres en la actualidad por medio de un diseño ergonómico, cómodo y moderno, que proporciona a quien lo usa dos productos en uno brindándole la facilidad de organización en sus compartimientos con los que cuenta, garantizando calidad al ser diseñado y confeccionado por mano de obra nacional.

- Diferenciación del producto:

Las diferencias principales que ofrece el bolso de doble estilo son la calidad, utilidad y comodidad al momento de usarlo, ya que permite una organización adecuada. Además se considera que la tendencia influye mucho debido a la exigencia del mercado, por lo que se considera importante la diversificación de los bolsos a ofrecer.

2.2.3 Diseño de la Investigación

2.2.3.1 Delimitación

Tiempo: Septiembre 2012 – Septiembre -2013

Espacio: Ciudad de Quito en el sector Norte, Barrio de Carcelén

2.2.3.2 Necesidades de Información

- Demanda potencial
- Competencia
- Precios del consumidor
- Importaciones
- Demanda insatisfecha
- Nicho de mercado
- Necesidades actuales
- Tendencias
- Gustos y preferencias

2.2.3.3 Target

La población objetivo al que el proyecto está dirigido son las mujeres de 15 a 25 años de clase media baja con ingresos promedios al salario mínimo vital ubicadas en el sector norte de la ciudad de Quito.

2.2.4 Determinación del mercado objetivo

A continuación se especificará a través de un cuadro las diferentes segmentaciones en los que se concentrará la investigación para el emprendimiento de la microempresa; así se podrá identificar con mayor facilidad el nicho de mercado al cual va dirigido el producto.

Cuadro N° 11: Segmentación de Mercado Objetivo

ITEM	CARACTERÍSTICAS
Segmentación Geográfica	<u>País:</u> Ecuador <u>Provincia:</u> Pichincha <u>Ciudad:</u> Quito <u>Sector:</u> Norte de la ciudad <u>Barrio:</u> Carcelén
Densidad	Urbana
Segmentación Demográfica	<u>Sexo:</u> Femenino <u>Edad:</u> 15 – 25 años
Segmentación Socio económicas	<u>Ocupación:</u> empleadas de oficina, estudiantes, amas de casa, entre otras. <u>Ingresos:</u> Salario mínimo vital
Segmentación Psicográfica	<u>Estrato Social:</u> Media y Media baja
Segmentación Conductual	<u>Beneficios Esperados:</u> Comodidad y distinción al momento de vestir y utilizar el bolso de doble estilo en cualquier ocasión. <u>Ocasión de Compra:</u> Una o dos veces a la semana, Una o dos veces al mes y Una o dos veces al año.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Patricia Santillán

2.2.5 Toma de muestras por sector y edad

A continuación se determinara por medio de despeje el número de mujeres por sector y edad que a futuro facilitará la toma de muestra general, desglosando cada variable que implique el resultado: número total de mujeres en DMQ, número de mujeres por sector y número de mujeres por edad (15 a 25 años).

2.2.5.1 Muestra de Carcelén

Carcelén es un barrio del lado norte de la ciudad Quito considerado como fuente de investigación y posicionamiento de la microempresa contando con una población de 39.286 de personas se puede ver en el cuadro n°9 el número tanto de mujeres y de hombres respectivamente.

Datos:

- Total mujeres en DMQ = 942.151
- Total mujeres en Carcelén = 20.081
- Total mujeres por Edad (15 a 25) = 194.672
- Total de mujeres de (15 a 25 años) en Carcelén = 4149

Carcelén cuenta con 4149 mujeres de 15 a 25 años respectivamente; con este dato se va a establecer el número de encuestas que requiere la investigación.

2.2.5.2 Muestra de Comité del Pueblo

Comité del Pueblo es un barrio del lado norte de la ciudad Quito considerado como fuente de investigación y posicionamiento de la microempresa contando con una población de 37.319 de personas en el cuadro n°9 se puede ver el número tanto de mujeres y de hombres respectivamente.

Datos:

- Total mujeres en DMQ = 942.151
- Total mujeres en Comité del Pueblo = 18.917
- Total mujeres por Edad (15 a 25) = 194.672
- Total de mujeres en el Comité del Pueblo de 15 a 25 años = 3809

Bajo el cálculo realizado con los datos del sector, Comité del Pueblo cuenta con 3809 mujeres de 15 a 25 años respectivamente; este dato nos permite establecer el número de encuestas que requiere la investigación.

2.2.5.3 Muestra de Cotocollao

Cotocollao es un barrio del lado norte de la ciudad Quito considerado como fuente de investigación y posicionamiento de la microempresa contando con una población de 33.026 de personas en el cuadro n°9 se puede ver el número tanto de mujeres y de hombres respectivamente.

Datos:

- Total mujeres en DMQ = 942.151
- Total mujeres en Cotocollao = 17.418
- Total mujeres por Edad (15 a 25) = 194.672
- Total de mujeres en Cotocollao de 15 a 25 años = 3498

Bajo el cálculo realizado con los datos del sector, Cotocollao cuenta con 3498 mujeres de 15 a 25 años respectivamente; este dato nos permite establecer el número de encuestas que requiere la investigación.

Obtenidos los datos de cada barrio se determina un valor global de mujeres de 15 a 25 años para los tres barrios en el sector norte de Quito.

$$x = 4149 + 3809 + 3498$$

$$x = 11456$$

X= población total de 15 a 25 años del total de los 3 barrios considerados en el sector norte de la capital.

2.2.6 Cálculo de la muestra

Para realizar el cálculo de la muestra se considera la población finita que se define al número de habitantes (11.456 mujeres) necesarias para la realización del estudio.

Para poder determinar la muestra se debe considerar los siguientes puntos que son de relevancia para el cálculo:

- Grado propuesto de que pueda o no ocurrir el evento o puesta en marcha del proyecto que equivale a $p=0,50$ y $q=0,50$.
- El segmento de mercado que se ha elegido son las mujeres de 15 a 25 años de los barrios Carcelén, Comité del Pueblo y Cotocollao por ser de alto nivel comercial del sector norte de la ciudad de Quito.
- Poder determinar qué grado de aceptación llegara a tener tanto la microempresa y el producto en un determinado tiempo.
- Saber cuáles son las exigencias de las mujeres que se presentan en la actualidad y que requiere el producto a su vez.
- La formula se plantea considerando un población finita al tener el número exacto tanto de mujeres y hombres en el Distrito Metropolitano de Quito como el total de mujeres en cada barrio considerado para la realización del estudio.

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad

N= Población

p= Porción de que ocurra

q= Porción de no ocurrencia

e= Margen de error

Datos:

$$Z= 1.96$$

$$N= 11456$$

$$p= 0.50$$

$$q= 0.50$$

$$e= 5\%$$

$$n=?$$

$$n = \frac{11456 (1,96)^2 (0,50) (0,50)}{(11456 - 1) 0,05^2 + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{11002,3424}{28,6375 + 3,8416 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{11002,3424}{29,5979}$$

$$n = 371$$

Se ha podido determinar que el número de encuestas que requiere la investigación es de 371, por lo que se continúa con la muestra estratificada considerando los 3 barrios que intervienen en el estudio.

2.2.6.1 Muestra Estratificada

Permite determinar la estratificación del número de encuestas que deben ser recolectadas en cada barrio (Carcelén, Comité del Pueblo y Cotocollao). Estos barrios son comerciales y se encuentra cerca del lugar de localización de la microempresa.

CARCELEN

$$n1 = \frac{n * N1}{N}$$

$$n1 = \frac{371 * 4149}{11456}$$

$$n1 = 135$$

Se determina el requerimiento de 134 encuestas en el sector de Carcelén para realizar la investigación.

COMITÉ DEL PUEBLO

$$n1 = \frac{n * N1}{N}$$

$$n1 = \frac{371 * 3809}{11456}$$

$$n1 = 123$$

Se determina el requerimiento de 123 encuestas en el sector de Comité del Pueblo para la investigación del proyecto de factibilidad.

COTOCOLLAO

$$n1 = \frac{n * N1}{N}$$

$$n1 = \frac{371 * 3498}{11456}$$

$$n1 = 113$$

Se determina el requerimiento de 113 encuestas en el sector de Cotocollao para realizar la investigación del proyecto.

2.2.7 Tabulación y Análisis de datos

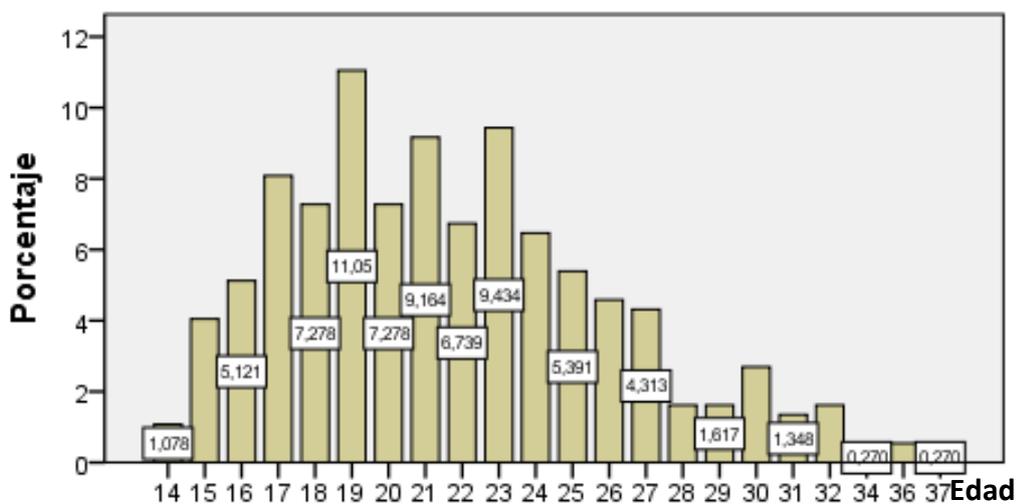
En la encuesta realizada durante el período de febrero a marzo del 2013 en los tres sectores de la ciudad, se analizaron los datos obtenidos con la finalidad de conocer la situación actual de los gustos o preferencias del consumidor de bolsos.

Para la tabulación y obtención de resultados se utilizó como herramienta el programa SPSS, que facilita el procesamiento de datos de manera más ágil y segura.

A continuación se muestra las tablas de resultados obtenidos de cada pregunta informativa:

Cuadro N° 12: ¿Cuál es su edad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	14	4	1,1	1,1	1,1
	15	15	4,0	4,0	5,1
	16	19	5,1	5,1	10,2
	17	30	8,1	8,1	18,3
	18	27	7,3	7,3	25,6
	19	41	11,1	11,1	36,7
	20	27	7,3	7,3	43,9
	21	34	9,2	9,2	53,1
	22	25	6,7	6,7	59,8
	23	35	9,4	9,4	69,3
	24	24	6,5	6,5	75,7
	25	20	5,4	5,4	81,1
	26	17	4,6	4,6	85,7
	27	16	4,3	4,3	90,0
	28	6	1,6	1,6	91,6
	29	6	1,6	1,6	93,3
	30	10	2,7	2,7	96,0
	31	5	1,3	1,3	97,3
	32	6	1,6	1,6	98,9
	34	1	,3	,3	99,2
36	2	,5	,5	99,7	
37	1	,3	,3	100,0	
Total		371	100,0	100,0	

Gráfico N°4: ¿Cuál es su edad?

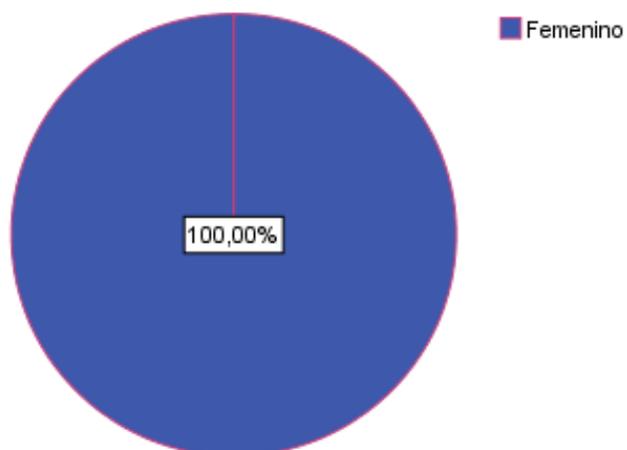


Según el gráfico anterior se puede observar la existencia de un alto rango de consumo de los bolsos por parte de las mujeres en el intervalo de 15 a 25 años; por lo que se concluye que el mercado de estudio está bien dirigido para la investigación.

Cuadro N° 13: ¿Cuál es su sexo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	371	100,0	100,0	100,0

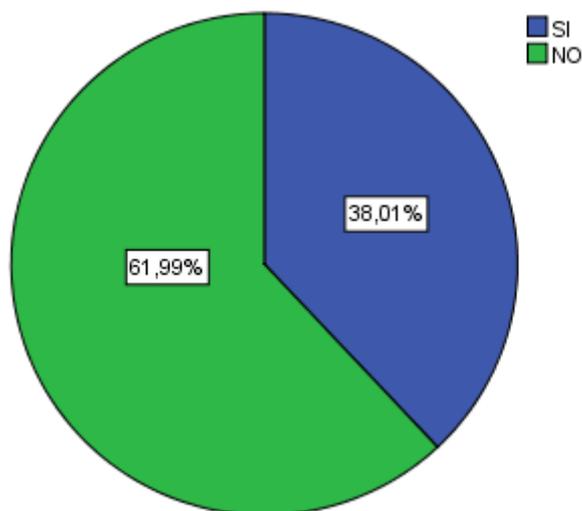
Gráfico N°5: ¿Cuál es su sexo?



Al realizar las encuestas se determina que el 100% de las mujeres son las que tienden al consumo de bolsos; ya a que los hombres no les interesa el producto.

Cuadro N° 14: ¿Usted trabaja?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	141	38,0	38,0	38,0
	NO	230	62,0	62,0	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°6: ¿Usted Trabaja?

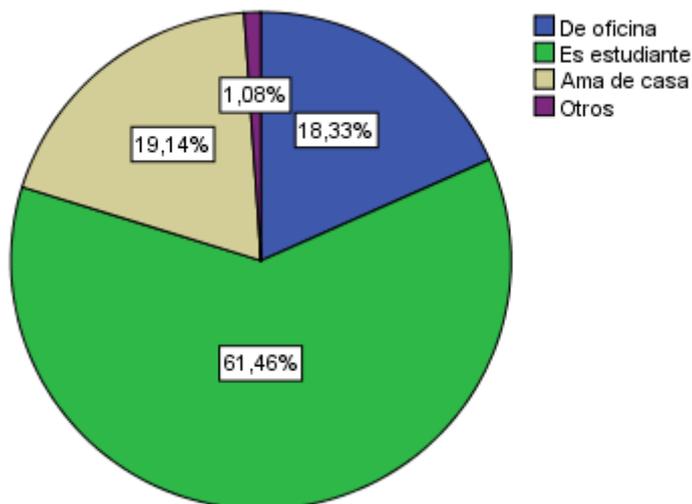


Bajo el análisis de frecuencia se obtiene que el 62% de las mujeres encuestadas no trabajan; esta es parte del segmento del mercado de estudiantes que no tienen ingresos propios y son consideradas para el estudio.

PREGUNTA N° 1

Cuadro N° 15: ¿Qué tipo de actividad realiza?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De oficina	68	18,3	18,3	18,3
	Es estudiante	228	61,5	61,5	79,8
	Ama de casa	71	19,1	19,1	98,9
	Otros	4	1,1	1,1	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°7: ¿Qué tipo de actividad realiza?

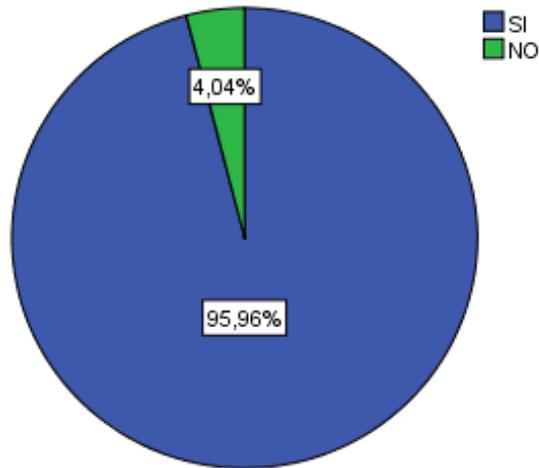


Del cuadro anterior se desprende que el mayor porcentaje del tipo de actividad corresponde a las estudiantes con 61,46%, seguido del 19,14% amas de casa, un 18,33% representa mujeres que trabajan en oficina y apenas el 1,08% quienes ejercen cualquier otra actividad.

PREGUNTA N° 2

Cuadro N° 16: ¿Considera que su imagen es de suma importancia para la vida cotidiana?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	356	96,0	96,0	96,0
	NO	15	4,0	4,0	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°8: ¿Considera que su imagen es de suma importancia para la vida cotidiana?

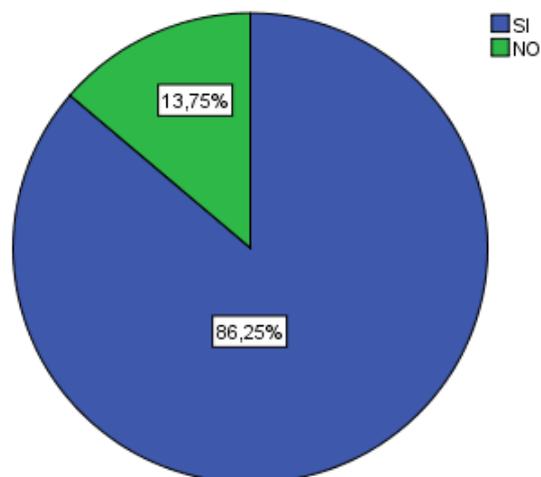


El 95,96% de las mujeres encuestadas consideran que la imagen es importante en el convivir diario y para la realización de sus actividades.

PREGUNTA N° 3

Cuadro N° 17: ¿Le llama la atención el bolso de doble estilo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	320	86,3	86,3	86,3
	NO	51	13,7	13,7	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°9: ¿Le llama la atención el bolso de doble estilo?

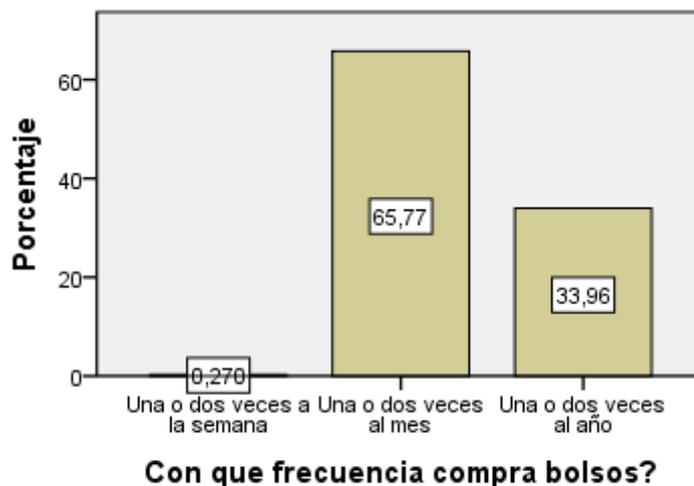


De los resultados del cuadro anterior se determina que el bolso de doble estilo llama la atención de las mujeres con el 86,25% de aceptación.

PREGUNTA N° 4

Cuadro N° 18: ¿Con qué frecuencia compra bolsos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una o dos veces a la semana	1	0,3	0,3	0,3
	Una o dos veces al mes	244	65,8	65,8	66,0
	Una o dos veces al año	126	34,0	34,0	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°10: ¿Con qué frecuencia compra bolsos?

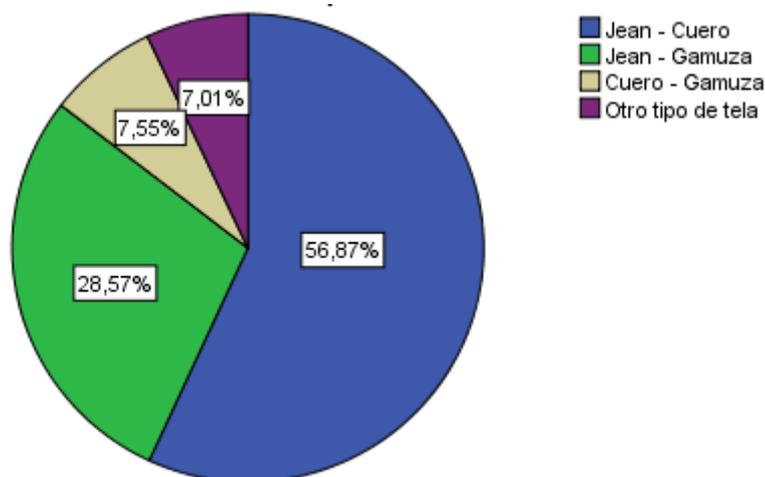


Se determina que el nivel de consumo de bolsos que tienen las mujeres en la actualidad reflejan los siguientes resultados: el 65,77 % lo realizan una o dos veces al mes; el 33,96% compra una o dos veces en el año y apenas el 0,27% compra una o dos veces a la semana.

PREGUNTA N° 5

Cuadro N° 19: ¿Qué material para la compra de un bolso de doble estilo es de su preferencia?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Jean - Cuero	211	56,9	56,9	56,9
	Jean - Gamuza	106	28,6	28,6	85,4
	Cuero - Gamuza	28	7,5	7,5	93,0
	Otro tipo de tela	26	7,0	7,0	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°11: ¿Que material para la compra de un bolso de doble estilo es de su preferencia?

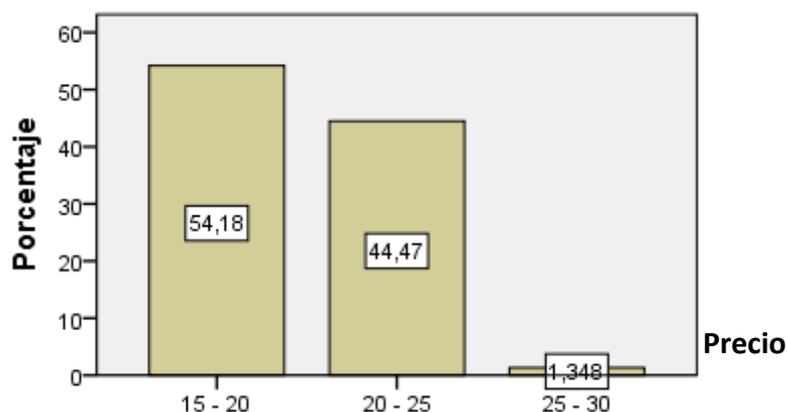


La combinación de telas que les gustaría a las mujeres está dado por los siguientes resultados: un 56,87% jean – cuero que les identifica con la imagen y la juventud; jean gamuza un 28,57%; cuero y gamuza un 7,55% y otro tipo de combinaciones de tela representa apenas el 7.01%.

PREGUNTA N° 6

Cuadro N° 20: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un bolso de doble estilo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15 - 20	201	54,2	54,2	54,2
	20 - 25	165	44,5	44,5	98,7
	25 - 30	5	1,3	1,3	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Grafico N°12: ¿Cuanto está dispuesto a pagar por un bolso de doble estilo?

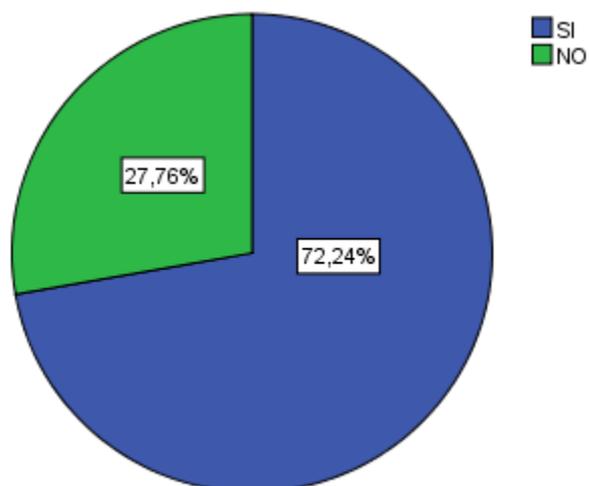


De los resultados de la encuesta se determina que el mayor porcentaje corresponde al 54,18% de mujeres que están dispuestas a pagar entre 15 a 20 dólares; un 44,47% estarían dispuestas a pagar ente 20 a 25 dólares y apenas un 1,3% podrían pagar de 25 a 30 dólares.

PREGUNTA N° 7

Cuadro N° 21: ¿Prefiere usted comprar un bolso de doble estilo hecho por mano de obra nacional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	268	72,2	72,2	72,2
	NO	103	27,8	27,8	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°13: ¿Prefiere usted comprar un bolso de doble estilo hecho por mano de obra nacional?

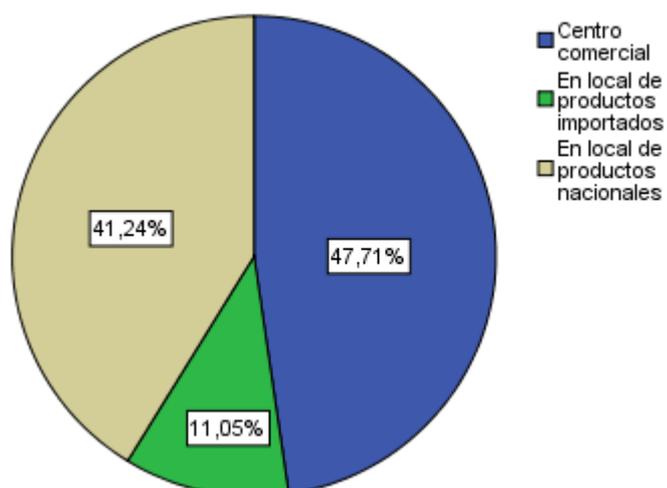


Según los resultados de las encuestas realizadas se determina que las mujeres de clase media optan por el consumo de productos hechos a mano por nacionales; debido a que son más económicos y garantizan calidad.

PREGUNTA N° 8

Cuadro N° 22: ¿Donde prefiere comprar un bolso?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Centro comercial	177	47,7	47,7	47,7
	En local de productos importados	41	11,1	11,1	58,8
	En local de productos nacionales	153	41,2	41,2	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°14: ¿Donde prefiere comprar un bolso?

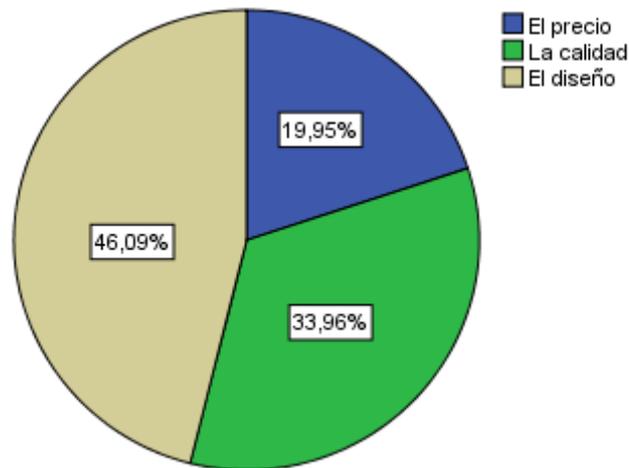


El segmento de mercado al que va dirigido el bolso de doble estilo prefiere adquirir el producto en centros comerciales con el 47,71% seguido por locales de venta de productos nacionales con el 41,24%.

PREGUNTA N° 9

Cuadro N° 23: ¿Qué es lo primero que le llama la atención al comprar un bolso de doble estilo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El precio	74	19,9	19,9	19,9
	La calidad	126	34,0	34,0	53,9
	El diseño	171	46,1	46,1	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Grafico N°15: ¿Que es lo primero que le llama la atención al comprar un bolso doble estilo?

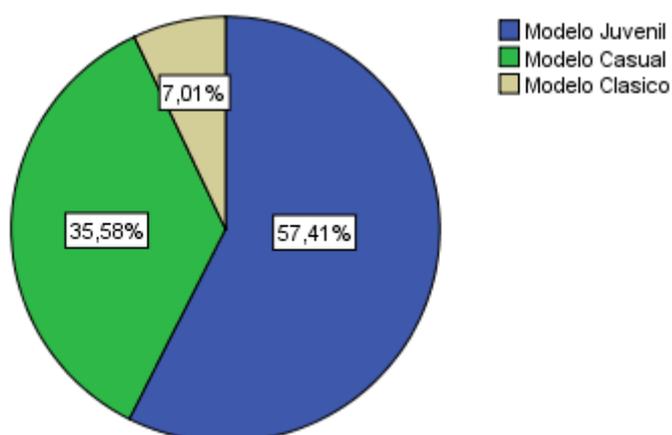


De las tres opciones propuestas en la pregunta; se determina que el mayor porcentaje del 46,09 % corresponde al diseño, esto posiblemente se debe al grado de aceptación que las estudiantes tienen del producto y por la preocupación de su imagen.

PREGUNTA N° 10

Cuadro N° 24: ¿Qué tipo de diseño sería de su preferencia para el bolso de doble estilo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Modelo Juvenil	213	57,4	57,4	57,4
	Modelo Casual	132	35,6	35,6	93,0
	Modelo Clásico	26	7,0	7,0	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°16: ¿Qué tipo de diseño sería de su preferencia para el bolso de doble estilo?

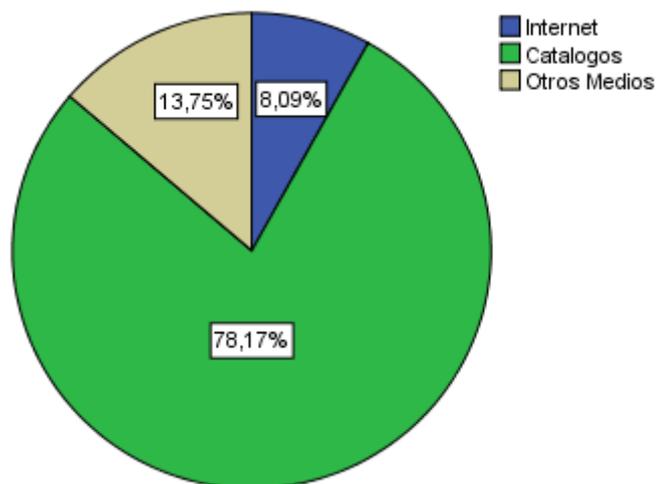


De los resultados obtenidos con respecto a esta pregunta se observa que prevalece el modelo juvenil con el 57,41%, seguido con el 35,58% que corresponde al modelo casual. Estos modelos se tomarán en cuenta para el diseño de los bolsos de doble estilo.

PREGUNTA N° 11

Cuadro N° 25: ¿Cómo le gustaría conocer el producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Internet	30	8,1	8,1	8,1
	Catálogos	290	78,2	78,2	86,3
	Otros Medios	51	13,7	13,7	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°17: ¿Como le gustaría conocer el producto?

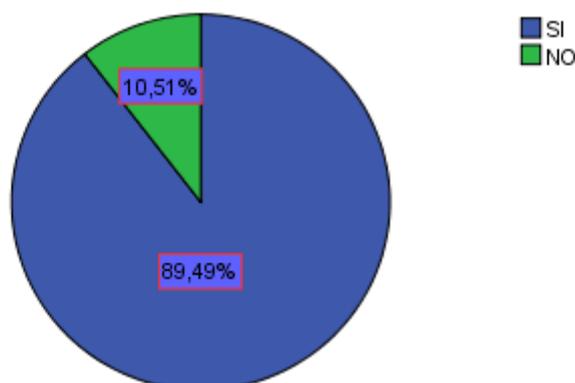


Al considerar que es un producto nuevo y versátil y por su diseño de dos telas en uno; el 78,17% prefiere conocer el producto a través de catálogos dando la opción de decidir cuál es la combinación de modelos y telas que desearía acorde a su gusto.

PREGUNTA N° 12

Cuadro N° 26: ¿Le gustaría que existiera un local que venda un bolso de doble estilo que le ofrezca calidad, diseño y precios cómodos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	332	89,5	89,5	89,5
	NO	39	10,5	10,5	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°18: ¿Le gustaría que existiera un local que venda un bolso de doble estilo que le ofrezca calidad, diseño y precios cómodos?

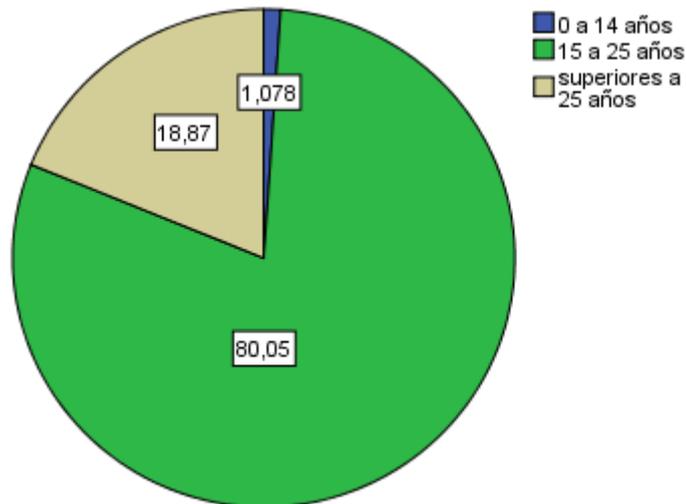


El grado de aceptación por parte de los encuestados sobre la microempresa y el producto es positivo, obteniendo el 89,49% dato que ayudará a determinar la demanda insatisfecha.

Para poder determinar las escalas de edad se considera los intervalos siguientes, mediante el cual se obtendrá el rango de direccionamiento del producto.

Cuadro N° 27: ¿Cuál es su edad? (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0 a 14 años	4	1,1	1,1	1,1
	15 a 25 años	297	80,1	80,1	81,1
	Superiores a 25 años	70	18,9	18,9	100,0
	Total	371	100,0	100,0	

Gráfico N°19: ¿Cuál es su edad (agrupado)?



El intervalo con mayor cantidad de consumidores es de 15 a 25 años representado con el 80,05% del total de población, se concluye el producto está direccionado al segmento de mercado seleccionado.

Al determinar el análisis de las preguntas formuladas a los diferentes encuestados se ha podido concluir que el producto si tiene un alto grado de aceptación con el 89,49% (332 personas del total de 371), lo cual muestra un gran interés por parte de las mujeres ante la idea de un nuevo producto que pueda satisfacer sus necesidad de acuerdo con la actualidad. Por lo que se procede al análisis correspondiente del estudio del mercado y demás aspectos que impulsen a determinar la factibilidad del proyecto.

2.2.8 Determinación de la demanda del mercado objetivo

De la investigación realizada se procede a definir el perfil de los beneficiarios, mercado meta, tamaño y valor del mercado, a través del estudio de la demanda se podrá obtener datos con mayor precisión en base a cantidades reales y potenciales del producto.

Realizada la investigación en los 3 barrios antes mencionados se llega a establecer la siguiente tabla resumen para poder determinar el grado de aceptación del producto.

Cuadro N° 28: Segmentación de mercado con datos obtenidos

ITEM	CARACTERÍSTICAS
Segmentación Geográfica	<u>País:</u> Ecuador <u>Provincia:</u> Pichincha <u>Ciudad:</u> Quito <u>Sector:</u> Norte de la ciudad <u>Barrio:</u> Carcelén
Densidad	Urbana
Segmentación Demográfica	<u>Sexo:</u> Femenino son en total 942.151 <u>Edad:</u> 15 – 25 años, con un total de 11456
Segmentación Socio económicas	<u>Ocupación:</u> el mayor grado de aceptación es por parte de las estudiantes que son 228 mujeres <u>Ingresos:</u> Salario mínimo vital: están dispuestas a pagar en el rango de 15 a 25 dólares 201 mujeres.
Segmentación Psicográfica	<u>Estrato Social:</u> Media y Media baja
Segmentación Conductual	<u>Beneficios Esperados:</u> Comodidad y distinción al momento de vestir y utilizar el bolso de doble estilo en cualquier ocasión. <u>Ocasión de Compra:</u> Una o dos veces al mes

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

Para esta clasificación se utilizó un sistema de puntuación a las variables. Las características de la vivienda tienen un puntaje de 236 puntos, educación 171 puntos, características económicas 170 puntos, bienes 163 puntos, TIC's 161 puntos y hábitos de consumo 99 puntos.

Es fundamental conocer que esta estratificación no tiene nada que ver ni guarda relación con indicadores de pobreza o desigualdad. Son mecanismos, objetivos y metodologías distintas para clasificar a los hogares.

- **DEMANDA POTENCIAL**

Cuadro N° 29: Total de Mujeres en los tres sectores

BARRIO	MUJERES	PORCENTAJE
CARCELEN	20.081	35,59%
COMITÉ DEL PUEBLO	18.917	33,53%
COTOCOLLAO	17.418	30,87%
TOTAL	56.416	100,00%

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

El total de 56416 mujeres es considerado como el mercado objetivo al cual va dirigido el producto; subdividiendo en los 3 barrios de estudio.

Cuadro N° 30: Demanda Potencial

POBLACION	FRECUENCIA	POBLACIÓN OBT.	CANT. BOLSOS	DEMANDA EN BOLSOS
56416	0,3%	169	48	8.124
56416	65,8%	37105	12	445.258
56416	34,0%	19159	1	19.159
			TOTAL	472.540

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

Según el cuadro anterior se ha tomado los datos referentes al total de la población, frecuencia de consumo y cantidad de bolsos en cada periodo con los cuales se determina que la demanda existente de los bolsos es de 472.540 junto con el índice de crecimiento de la población de Quito del 2,2%, los cuales ayudarán a determinar la cantidad de demanda real en base al grado de aceptación, que se muestra a continuación:

$$x = 472540 * 0,8949$$

$$x = 422876$$

Cuadro N° 31: Demanda proyectada de bolsos para los 5 años

AÑO	BOLSOS	INDICE DE CRECIMIENTO
2013	422.876	2,2%
2014	432.137	2,2%
2015	441.601	2,2%
2016	451.272	2,2%
2017	461.155	2,2%

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

Del total de bolsos demandados en los tres barrios se determina cuántos bolsos de doble estilo se requieren para el mercado seleccionado; considerando el grado de aceptación tanto de la microempresa como del producto.

La demanda se obtiene multiplicando el número de mujeres (56.414) por el porcentaje de aceptación (89,49%)

$$x = 56.416 * 0,8949$$

$$x = 50.487$$

Cuadro N° 32: Demanda proyectada de personas para 5 años

AÑO	PERSONAS	INDICE DE CRECIMIENTO
2013	50.487	2,2%
2014	51.593	2,2%
2015	52.723	2,2%
2016	53.877	2,2%
2017	55.057	2,2%

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

2.3 Análisis de la oferta y condiciones de la competencia

Juan José Miranda Miranda en la Pág. 101 dice que: El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro, las demandas o las necesidades de la comunidad.

No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado; puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no difunden, y que en algunas ocasiones pueden constituirse como una arma poderosa para competir en el mercado; sin embargo, a través de algunos mecanismos indirectos de información global como la observación se puede llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima (especialmente en la oferta agrícola y agroindustrial), los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etc.

Un buen punto de partida puede ser el observar el número de empresas que concurren al mercado, con el fin de inferir, en primera instancia, el régimen del mismo, esto es, observar si se trata de un solo proveedor (monopolio) o por el contrario son varios (oligopolio) o muchos (competencia) los que atienden la demanda. (Miranda, 2005)

La competencia monopólica o monopolística es un tipo de competencia que existe una cantidad significativa de productores actuando en el mercado sin que exista un control dominante por parte de ninguno de estos en particular. La cuestión clave en este caso es que se presenta una diferenciación del producto; es decir, un producto en particular, dependiendo del productor, puede tener variaciones que le permitan ser, en algún aspecto, diferente a los demás productos similares hechos por otras empresas. La competencia, entonces, no se dará por precios sino, por ejemplo, por la calidad del producto, el servicio durante la venta o postventa, la ubicación y el acceso al producto, la publicidad y el empaque, etc. (Academic, 2013)

De acuerdo con el concepto anterior se determina que el mercado de bolsos se encuentra bajo la competencia monopolista debido a que en el mercado existe una alta oferta de bolsos de todo tipo; encontrando una venta masiva del producto pero con características particulares. Lo que se busca es insertar en este mercado el bolso de doble estilo con características similares pero con un valor agregado que ofrece al cliente no solo la seguridad sino la comodidad y calidad del producto.

2.3.1 Principales Competidores

Entre los principales competidores existentes en el sector son los distribuidores de bolsos de origen chino, específicamente los locales cercanos a donde se espera establecer la microempresa no requieren de amplia publicidad debido a que el bolso no es su principal producto de venta, pero que representa un ingreso adicional por la demanda existente del producto.

Las ventas ambulantes son también competencia altamente relevante debido al precio del producto que llama la atención a las personas pero no garantizan calidad ni seguridad para satisfacer las necesidades reales del cliente.

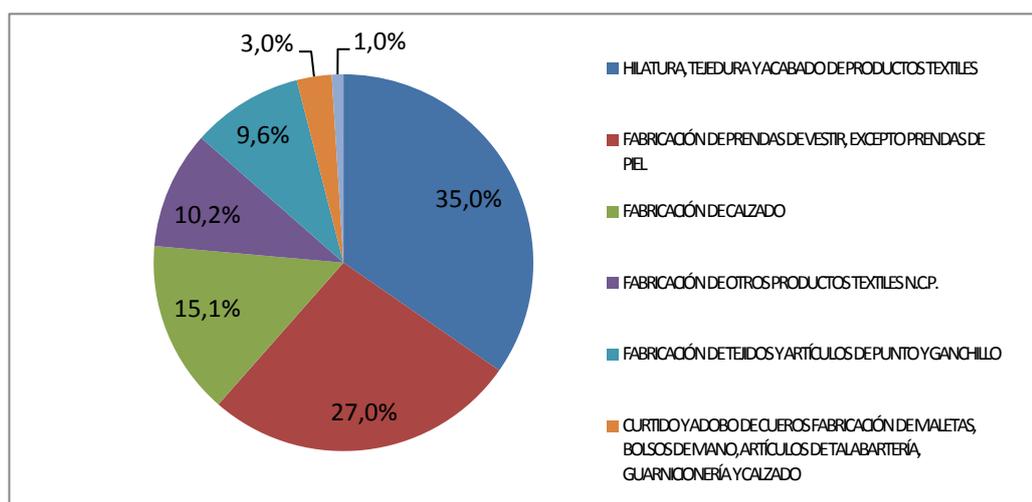
En el sector de Carcelén existen varios locales dedicados a la venta de ropa, pero tienen al bolso como producto adicional para la venta. También se encuentra los locales en los centros comerciales como: De Prati, Etafashion, Rosse y Tatys como competidores potenciales.

2.3.2 Participación en el mercado

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos de los resultados de la Encuesta de Manufactura y Minería se desprende que en 2007 la producción total de la industria dedicada a la fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero representó el 3,5% de la producción manufacturera total. Sin embargo, en promedio en el mismo año el producto por empresa de este sector fue de 3,28 millones de dólares, uno de los más bajos de la industria manufacturera.

Al interior de la industria textil, el sector de mayor aporte es el de hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles, éste subsector concentra el 35% de la producción del sector.

Gráfico N°20: Participación en el mercado



Fuente: INEC, Encuesta de Manufactura y Minería 2007

2.3.3 Oferta del Producto

Para el cálculo de la oferta se ha considerado el nivel de aceptación por parte de la población en el lugar de compra de preferencia por el nivel de aceptación que correspondería al 0,4771 por ciento

$$x = 422.876 * 0,4771$$

$$x = 201.754$$

En base a este valor se determina valor inicial de la oferta de bolsos, considerando un crecimiento del 5,73% de crecimiento anual de las industrias que componen el sector textil.

Cuadro N° 33: Proyección de la oferta

PROYECCION DE LA OFERTA		
AÑO	BOLSOS	INDICE DE CRECIMIENTO
2013	201.754	0,0573
2014	213.315	0,0573
2015	225.538	0,0573
2016	238.461	0,0573
2017	252.125	0,0573

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: INEC, Indicadores de la Producción Industrial

2.3.4 Determinación de la demanda insatisfecha

$$x = 422.876 - 201.754$$

$$x = 221.122$$

Cuadro N° 34: Proyección de la Demanda Insatisfecha

PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	422.876	201.754	221.122
2014	432.137	213.315	218.823
2015	441.601	225.538	216.063
2016	451.272	238.461	212.811
2017	461.155	252.125	209.030

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

Según el cuadro anterior se pudo determinar la demanda insatisfecha con la cual se calculará que porcentaje se cubrirá en cuanto a la producción de bolsos de doble estilo que se espera ofrecer al cliente.

A continuación se procede a determinar el porcentaje de demanda que se cubre con respecto a la producción esperada de los bolsos de doble estilo:

Cuadro N° 35: Participación en el Mercado

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	PRODUC. BOLSOS	%
2013	221.122	2.280	1,03%
2014	218.823	2.280	1,04%
2015	216.063	2.736	1,27%
2016	212.811	3.192	1,50%
2017	209.030	3.192	1,53%

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

En el cuadro anterior se puede observar que el grado de participación con respecto a la demanda insatisfecha va incrementando de tal manera que es aceptable los valores obtenidos en relación con la producción que se estima en 5 años futuros.

2.4 Estrategias de mercadeo

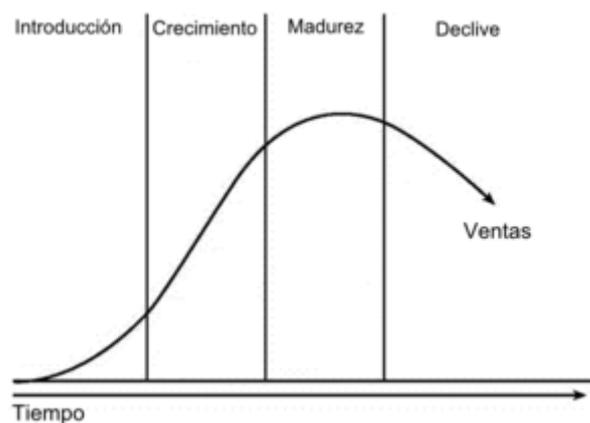
Para iniciar con las estrategias de mercadeo se debe tener claro la importancia del mercadeo o marketing mix que toma todos los aspectos referentes con la cuatro P que ayudarán a establecer una manera segura de llegar al cliente y hacer conocer el producto a ofrecer como son los bolsos de doble estilo.

A continuación se establecerá las estrategias de las 4 P que conforman el marketing mix a utilizar:

2.4.1 Estrategias de producto

Aquí se podrá describir los aspectos más relevantes que se deben considerar al momento de lanzar un producto al mercado como es: diseño, marca, empaque, calidad y hasta qué punto se llevará a cabo su ciclo de vida como se puede ver en el siguiente gráfico ya que no todo producto dura para siempre pero lo que busca es tener una calidad y durabilidad considerable para poder satisfacer las necesidades del cliente que lo compró.

Gráfico N°21: Ciclo de vida del Producto



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_vida_del_producto

En el gráfico N°21 se puede ver que todo producto tiene una etapa tanto de inicio como final debido a que su existencia en el mercado llega al punto de ser obsoleto o mejorado con el tiempo; por lo que se establecen estrategias que mantengan el mayor tiempo posible en un proceso de aceptación alto mejorando constantemente de acuerdo con las exigencias actuales en atributos y tendencias.

Es importante considerar los diferentes aspectos relacionados con los bolsos de doble estilo como por ejemplo:

- ❖ **LA CALIDAD:** aquí se deberá analizar los materiales adecuados para la producción así como los insumos que lo complementarán para ofrecer un producto con garantía desde la adquisición de los materiales e insumos.
- ❖ **EL DISEÑO:** se proporcionará diseños con las combinaciones adecuadas que permitan al cliente sentirse cómodo y versátil al momento de usarlo.
- ❖ **ACABADO:** se llevará un adecuada supervisión tanto de la maquinaria a utilizar así como del proceso de producción para obtener un producto terminado con calidad, elegancia y distinción.
- ❖ **PRESENTACIÓN:** Se espera proporcionar un producto de calidad con un valor agregado que lo distinga y marque diferencia en el mercado, atrayendo la atención de los clientes, garantizando su fidelidad al momento de observar la variedad e interés en sus necesidades, considerando una actualización constante de sus diseños y resaltando la imagen de la microempresa y el esfuerzo al pensar en el producto ideal para el cliente.

2.4.1.1 Producto

Según Philip Kotler: Una afirmación en el mundo comercial es que “el producto es el corazón de marketing”

José Luis Belío, Ana Sainz Andrés dice que: Para el marketing el producto es mucho más que un objeto. Los clientes compran satisfacciones, no productos. Siguiendo esta idea, podemos definir el producto como “un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador” (Jose Luis Belío, 2007).

2.4.1.2 Identificación del producto

La investigación tiene como objetivo principal proporcionar y ofrecer un producto que cumpla con las expectativas de las mujeres de 15 a 25 años con ingresos promedios al salario mínimo vital; en función de la limitación del ingreso se ha pensado en el diseño y creación del bolso de doble estilo confeccionado con la combinación de materiales jean, cuero y gamuza.

Se desea ofrecer un producto con valor agregado en el que se considera el diseño, así como los beneficios que puede tener al momento de usarlo como es el espacio, distribución adecuada de compartimentos, seguridad; para adentrarse en el mercado con una clara diferenciación de los bolsos únicos que no cumplen con estas expectativas que en la actualidad requieren las mujeres.

Las tendencias cambian con el tiempo al igual que las necesidades de las mujeres, por lo que al transcurrir el tiempo en el mercado se puede ver la gran existencia de microempresas que venden bolsos únicos de origen chino que no posee la calidad que compense el precio por el cual se adquiere.

2.4.1.3 Características

Las mujeres que comprarían el bolso de doble estilo son principalmente, de clase media- baja y media, que tengan como ocupación principalmente ser independientes, dependientes laboralmente, trabajadoras, estudiantes, amas de casa o adolescentes.

La venta se va a realizar mediante la atención personalizada en el momento que los consumidores acudan al local en Carcelén y además podrán apreciar los diferentes diseños que estarán en exhibición.

2.4.1.4 Usos

Los usos del bolso de doble estilo se fundamentaran en su utilidad para que la mujer pueda sentirse cómoda debido a que:

- Servirá como aditamento acorde con la vestimenta que lleve en el momento.
- Servirá como dos productos en uno, porque el bolsos se caracteriza no solo por su material, sino que al momento de darle la vuelta no solo tendrá otro bolso de otro material sino que su interior podrá contar con los compartimentos para una adecuada organización acoplándose con su vestir diario si es el caso.
- Básicamente servirá como ayudante para llevar sus implementos.

2.4.1.5 Usuarios

En las encuestas realizadas se llega a determinar que el segmento de mercado que consumirá el producto con más frecuencia son estudiantes; debido a que ellas son las que se preocupan más por la imagen y utilizarán el bolso como complemento para la presentación en sus actividades diarias.

El nivel de consumo o compra de bolsos es de 2 o 3 veces al mes; este espacio de tiempo permite a la microempresa la creación de nuevos diseños con el cual se busca capturar la fidelidad de los clientes.

El modelo juvenil es el que más llama la atención para la venta del producto. Se espera tener una investigación habitual sobre las tendencias y gustos, actualizando modelos y la presentación del bolso.

2.4.1.6 Presentación

Se espera que la presentación del bolso de doble estilo se lo realice a través de dos medios:

- Ofreciéndole al cliente información sobre el bolso de doble estilo, haciéndole conocer por medio de un logotipo llamativo y la garantía del producto.
- Al momento de compra el bolso de doble estilo se lo ofrece en una funda que cuide el producto con el logotipo de la microempresa y con la debida información del cuidado.

2.4.1.7 Composición

El bolso de doble estilo se elabora con telas tales como son: jean, cuero y gamuza. Considerando los posibles accesorios que dará un valor agregado al producto como son compartimentos que le permitirá al consumidor una organización para los accesorios a llevar.

El bolso de doble estilo se compone de la siguiente manera considerando modelos y tamaño:

- Tela = 83%
- Insumos internos = 11%
- Insumos pequeños = 6%

Aparte de las telas se puede especificar los insumos pequeños del bolso de doble estilo como son: cierres broches, parches, argollas, etc., como accesorios exteriores.

2.4.1.8 Características físicas

El tamaño es de manera ergonómica y de tamaño normal determinado con las medidas 40cm. de ancho por 28cm. de altura; el mismo que permitirá al consumidor sentirse cómodo al momento de usarlo.

El color se debe especificar de acuerdo a los colores existentes en los materiales a utilizarse en la confección.

El peso del bolso de doble estilo será el normal que es el promedio de 1,5 kilos; el cual permitirá al consumidor llevar aditamentos necesarios sin afectar la salud de quien lo usa.

2.4.1.9 Sustitutos

En el mercado existe una amplia gama de carteras, maletines, bolsos de papel, fundas que pueden llegar a cumplir las mismas funciones del bolso de doble estilo; atrayendo la clientela no solo por el precio sino por la necesidad que el cliente tenga en su momento.

Algunos de estos sustitutos pueden llegar a tener precios altos que generalmente compran lo segmentos de mercado de clase media alta.

Los demás sustitutos son de baja calidad aunque son de bajo precio no garantizan la durabilidad a pesar que cumplen con los accesorios para satisfacer las necesidades elementales.

2.4.1.10 Complementarios

El complementario del bolso de doble estilo será la vestimenta ya que es de uso indispensable para la combinación que lo lleve en ese momento.

Complementando colores o modelos para la ocasión ayudará a tener una mejor imagen y comodidad.

2.4.2 Fuentes de abastecimiento de insumos

Al contar con ciertas empresas productoras de telas como La Francelana se cuenta con la garantía y calidad que los caracterizan al diseñar las telas, que contribuirán a la producción adecuada del bolso de doble estilo.

2.4.2.1 Sistemas de distribución

La distribución a realizar es de productos a cliente directamente debido al tamaño de la microempresa y por su iniciación en el mercado.



Por lo que se considera los siguientes canales para hacer llegar el producto al cliente:

- Por medio de la venta al público a través de vitrina, donde los clientes podrán observar los bolsos a su gusto.
- Por medio de catálogos; donde los clientes podrán observar los diseños que ofrecerá la microempresa y las posibles combinaciones de materiales y diseños que podrán pedir los clientes para su elaboración y entrega.

El cálculo del precio de determinará a partir de los costos que intervienen en el proceso de producción del producto así como la utilidad que se determina como ganancia para la microempresa.

2.4.3 Estrategia para el precio

Dice Charles W Lamb, Carl D. Mc Daniel, Pág. 621 que: Un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo de vida del producto. (Charles W. Lamb, 2006)

2.4.3.1 Precio

Según Juan José Miranda Miranda, Pág. 101: En las organizaciones económicas basadas en el sistema de mercado, las pautas seguidas en la fijación de precios constituyen un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización de bienes y servicios. Siempre que suceda un cambio de los derechos de propiedad o siempre que se suministre un servicio, habrá un precio, en cada caso las empresas

fijarán precios para sus bienes teniendo en cuenta ciertas consideraciones en torno a los costos, a la demanda y al mercado (Miranda, 2005)

Es importante establecer una estrategia de precios sin descuidar la calidad y garantía del producto por lo que se considera los siguientes aspectos:

- ❖ Establecer precios bajo un análisis de la competencia para establecer tanto al bolso de doble estilo como a la microempresa dentro de las exigencias del mercado.
- ❖ Para todos los bolsos que se brinden a disposición de clientes establecer un precio base o referencial, de tal manera no solo se llamará la atención de cliente con respecto al bolso de doble estilo sino de la comodidad del precio de adquisición.
- ❖ Proporcionar facilidad de pago sea con tarjeta de crédito determinando plazos de 3 a 12 meses y así mismo el cobro al contado para poder tener un control sobre la cartera de clientes en el caso de cobro.

2.4.4 Estrategia para la plaza

La plaza es un aspecto importante debido a que es el lugar donde se dará la facilidad de adquisición del bolso de doble estilo y de tal manera formar parte de un sector competitivo y bien establecido.

Se maneja un adecuado canal de distribución considerando que el producto llegue a su destino en el momento y condiciones adecuadas.

La microempresa se centra en la Principal A de Carcelén la cual ofrecerá una comercialización directa; donde además los clientes podrán adquirir los bolsos de doble estilo a un precio de fábrica y a precios cómodos por ser productores.

2.4.5 Estrategia de publicidad

Para poder llegar al mercado se espera manejar una publicidad donde las personas puedan tener una idea bien clara sobre el producto, especificando sus características físicas, beneficios, diferenciación en comparación de los bolsos existentes en el mercado con el objetivo de atraer la atención de los clientes.

El método de creación de volantes es un inicio para llegar a los clientes a través de la colaboración de otro tipo de negocios.

Se ofrecerá a los clientes un catálogo actualizado con diversas opciones y alternativas para que puedan elegir el bolso de su preferencia y de esta manera tratar de captar a los clientes que desertan de la competencia.

Se utilizará el internet para que a través de este medio el producto se pueda llegar a conocer así como las posibles sugerencias que podamos obtener por parte de quienes les agrada el producto; para así obtener una mejora continua en la producción.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Determinación del tamaño del proyecto

Trata de considerar en detalle las variables que influyen en el tamaño de proyecto; así como determinar la capacidad de producción durante un periodo de tiempo.

Considerando el tamaño del proyecto podemos especificar lo siguiente:

3.1.1 Número de empleados (sastres y costureras)

Para el inicio de las actividades de la microempresa se contará con el mínimo de empleados que son 3 con los cuales se espera producir los bolsos de doble estilo, entre ellos está el administrador y dos sastres o costureras.

3.1.2 Superficie del proyecto:

- Un local comercial de 170 metros cuadrados.

Este local donde se realizarán las actividades será arrendado; el cual cuenta con el espacio adecuado para el funcionamiento de la microempresa. En este lugar se podrá desempeñar las actividades tanto administrativas y de producción de manera cómoda.

Se espera en un futuro poder ampliar la superficie del local con la intención de poder aumentar la producción y así poder contratar más personal capacitado con el correcto conocimiento adecuado del producto.

3.1.3 Definición de la capacidad de producción

La capacidad de producción o capacidad productiva se refiere a la máxima actividad disponible con la que cuenta una empresa dada su estructura productiva; ya que a medida que realiza sus actividades se puede definir el grado de uso de cada uno de los recursos y así poder determinar a futuro la optimización de los recursos para incrementar la productividad.

Cuadro N° 36: Capacidad de Planta

TAMAÑO DE LA PLANTA	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
Factores que condicionan e influyen en la selección del tamaño de la planta, tales como: Características del mercado, economías de escala, disponibilidad de recursos financieros, materia prima, servicios; disponibilidad y características de la mano de obra, tecnología de producción y políticas económicas.	Indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo: volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, en función del volumen de materia prima que se procesa.	Tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc., se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Karen Acevedo E.Edna Ariza B. Joseph Barrios Ch. Universidad del Atlántico

- **Capacidad diseñada:** Corresponde al máximo nivel posible de producción con el que son diseñados los equipos. Generalmente una empresa no debe trabajar al máximo su capacidad diseñada, por cuanto es difícil lograr unificar la capacidad de todas las máquinas que intervienen en el proceso de producción. Algunas tendrán una mayor capacidad de aporte al proceso productivo que otras. Según se encuentra en el Proyecto de inversión para las PYME para la Creación de empresas. Pág.46.

Se considera como capacidad diseñada de la microempresa la utilización de máximo 5 máquinas que se ubican en el área de producción; considerando que unas máquinas pueden ser utilizadas más que otras en el proceso de producción de los bolsos de doble estilo.

- **Capacidad instalada:** Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa. Aquí ya se ha hecho un estudio de amortización de los equipos, y se llega a la conclusión que se puede optimizar las máquinas con turnos de trabajo de 8 horas diarias. La instalación de 4 máquinas proporciona un nivel bajo de producción.
- **Capacidad real:** Se considera la utilización de 3 máquinas industriales para la producción de bolsos de doble estilo diseñados y producidos por el personal asignado.

A continuación se detallará la capacidad de la maquinaria y el tiempo que toma la producción de bolsos de doble estilo que se estima en unos 95 minutos al momento de adquisición de material hasta ser el producto terminado.

Cuadro N° 37: Tiempo estimado de producción del bolso de doble estilo

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	TIEMPO (MINUTOS)
Adquisición y selección de Materia Prima	15
Medición y rayado de telas	10
Corte de telas	10
Coser en maquina Overlock	10
Unión de las piezas	15
Puesta de cierres parches y adornos	10
Puesta de velcro	7
Colocación de orejas	8
Revisión y almacenamiento de bolso de doble estilo	10
TOTAL DE TIEMPO ESTIMADO DE PRODUCCION	95

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

3.1.3.1 Nivel de Producción

El nivel de producción de los bolsos de doble estilo se determina de forma trimestral para el primer año de actividades debido a la consideración de los factores de capacidad y disponibilidad de recursos además del grado de aceptación por parte del mercado.

Se espera que en un principio se pueda optimizar al máximo los recursos con los que se cuenta; procurando evitar una sobreproducción y tratando de cubrir los posibles inconvenientes que se puedan presentar; estos pueden ser humanos o técnicos.

A continuación se muestra el aproximado de producción de bolsos de doble estilo de manera trimestral; llegando a un acuerdo con los sastres o costureras con los que se contará para la producción:

- Entre los dos empleados se obtendrá un promedio trimestral de 570 bolsos de doble estilo, considerando de igual manera la adquisición de los materiales para tener un adecuado abastecimiento y evitar posibles inconvenientes que puedan retrasar la producción.
- Se plantea la producción trimestral por los diversos inconvenientes que se puedan presentar tales como: humanos ya sea por enfermedad, ausencia o permisos requeridos; técnicos por falla en las máquinas o falta de luz entre otros.
- La producción de bolsos de doble estilo anuales será de 2280 unidades considerando el grado trimestral de análisis que se propone en un principio.
- El precio se establecerá considerando los dos aspectos relevantes como son: la competencia y los costos de producción más el grado de utilidad.

3.2 Análisis de localización

Juan José Miranda Miranda. Pág. 123: El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización), hasta identificar una zona urbana o rural (micro localización), para finalmente determinar un sitio preciso. (Miranda, 2005)

El análisis de la localización es un aspecto muy importante debido a que se establece la macro localización de la microempresa la cual muestra la zona probable para el establecimiento, así como también la micro localización, la cual mostrará el lugar exacto donde se establecerá el proyecto.

3.2.1 Análisis de la localización de la planta

La localización de la planta es vital para un negocio; ya que aquí se determina el lugar competitivo que ayudará a defenderse y a crecer como microempresario. Hay que considerar el análisis de factores que puedan tanto beneficiar o perjudicar al negocio.

Por consiguiente el objetivo principal es encontrar el sitio adecuado para el emprendimiento del proyecto.

3.2.1.1 Análisis de los Factores determinantes para la localización de la planta

Se pueden enumerar los diferentes factores que se consideran para una adecuada determinación de localización de planta:

- Las fuentes de abastecimiento.
- Los mercados, la localización de los clientes o usuarios
- La localización de la competencia.
- La calidad de vida.
- La mano de obra.
- Los suministros básicos.
- Los medios de transporte.
- Las condiciones climatológicas de la zona.

- El marco jurídico.
- Los impuestos y los servicios públicos.
- Los terrenos y la construcción.

Estos factores comprenden todo el aspecto macro y micro a considerar debido a que son de alta relevancia para el emprendimiento del proyecto. Al tomar en cuenta estos factores se garantiza el futuro de la microempresa y el grado de aceptación por parte de los clientes y así evitar inconvenientes con el sector público; al realizar las actividades siguiendo la debida regulación que exige un negocio para funcionar en el mercado.

La microempresa debe contar con el acceso en caso de emergencias como son: hospitales, cuerpos de bomberos, policía, servicios básicos, entre otros. También son considerados de vital importancia para beneficio y viabilidad de la calidad de vida de los usuarios brindándoles la seguridad adecuada.

Se debe contar con la cercanía de los proveedores para la adquisición de insumos y materias primas, así como también medios de transporte para el acceso y conocimiento sobre el negocio, la disponibilidad de mano de obra, condiciones ambientales, la presencia tanto de competencia como consumidores potenciales.

3.2.2 Análisis y criterios de la Macro localización

Ecuador, con número de habitantes de 15,49 millones. Su capital es Quito. Es un estado constitucional, republicano y descentralizado, dividido en 24 provincias, 221 cantones y 1.500 parroquias.

Quito cuenta con un Distrito Metropolitano el cual cuenta con 8 administraciones zonales, las mismas que contienen a 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales y suburbanas; en esta se pueden encontrar los barrios que actualmente existen en los tres sectores tanto norte, sur y centro.

El estudio de factibilidad cuenta con la consideración de una amplia segmentación de mercado, lo que da lugar a una amplia diversidad de grupos poblacionales en la zona urbana, los mismos que se muestran en diferentes condiciones socio-económicas para poder esclarecer con más facilidad el nicho al que puede ir dirigido el producto.

Gráfico N°22: Mapa de Pichincha



Fuente: Google Maps - ©2013 Google

En el siguiente grafico se puede observar el Distrito Metropolitano de Quito:

Gráfico N°23: Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: Google Maps - ©2013 Google

3.2.3 Análisis y criterios de la Micro localización

En los criterios de la Micro localización es importante considerar la facilidad de vías de acceso a todos los servicios requeridos para el funcionamiento de la microempresa, los cuales se los muestra a continuación:

- **Transporte:** para llegar a la ubicación donde estará el negocio de bolsos de doble estilo no existe mayor problema, ya que existen tres opciones de transporte para las personas que puedan tener acceso al local, estas son las que ofrecen las cooperativas Monserrate, CATAR y taxis rutas.
- **Mano de obra:** el personal que confeccionará el bolso de doble estilo son profesionales en el título de corte y confección con el cual se garantiza el producto en calidad y fidelidad, además tienen una amplia facilidad de trabajo debido al mínimo de exigencia para formar parte de este proyecto.
- **Materia Prima:** la materia prima con la que se elaborarán los bolsos de doble estilo son cuero, jean y gamuza. Estos son considerados como material que marca tendencia al momento de utilizarlos en el diseño no solo de bolsos sino de otros productos, garantizando la calidad y atractivo a la vista del consumidor.
- **Luz, agua, teléfono:** la ubicación del local está equipado con todos los servicios básicos que facilitaran el desarrollo de las actividades que se plantean en el proyecto.
- **Mercado:** el lugar donde se ubica el local se encuentra rodeado de residencias, escuelas, colegios, hospitales y personas en general que circulan en la calle.

Esta parte busca definir el desplazamiento óptimo del proyecto con los siguientes aspectos:

- **Localización urbana:** Cotocollao
- **Localización rural:** Carcelén

La ubicación del local se encuentra en un sector donde se cuenta con todos los servicios requeridos de emergencia como son: policías, bomberos, transporte, entre otros.

3.2.4 Selección de alternativa óptima

Al poder establecer la macro localización y los diferentes factores que condicionan su funcionamiento, se debe establecer o diseñar una matriz de ponderación. Esto se determina por el método cualitativo de puntos, el cual permite obtener calificaciones que ayuden a determinar la ubicación más óptima de la empresa.

Al diseñar la matriz de localización se busca la mayor calificación de los factores más determinantes que puedan afectar directamente al proyecto, los mismos que van a ser dados por una calificación del 1 al 10 según la importancia que se le asigne al posible sector en el cual se situará la microempresa.

Cuadro N° 38: Matriz Locacional

MATRIZ LOCACIONAL							
		CARCELEN		EL CONDADO		LA PRENSA	
FACTOR	PESO	CALIF.	CALIF. POND.	CALIF.	CALIF. POND.	CALIF.	CALIF. POND.
Disponibilidad del lugar	0,30	10	3	8	2,4	7	2,1
Disponibilidad de servicios básicos	0,25	10	2,5	8	2	8	2
Factores ambientales	0,08	8	0,64	9	0,72	7	0,56
Fuentes de abastecimiento	0,10	9	0,9	8	0,8	8	0,8
Transporte y Comunicación	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
Estructura legal	0,12	8	0,96	10	1,2	9	1,08
TOTAL	1,00	54	9,35	52	8,47	48	7,89

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación de campo

En la matriz de localización que se diseñó, se pudo determinar que el sector más factible y óptimo para el desarrollo del proyecto es el sector de Carcelén debido a que se obtiene la mayor calificación con 9,35 de ponderación, específicamente en la principal A local e46-3. En el cual se observa una amplia gama de locales comerciales y una amplia competencia.

3.3 Ingeniería del Proyecto

El objetivo principal de la ingeniería del proyecto trata de resolver todo lo referente a la instalación, adecuación, funcionamiento de la microempresa y del proceso de producción de los bolsos de doble estilo.

3.3.1 Proceso y definición de producción de los bolsos de doble estilo

1. Selección de la materia prima: se espera seleccionar las telas (jean, cuero o gamuza) que se utilizaran para la confección del bolso de doble estilo.

Imagen 1: Selección de la materia prima



Fuente: Investigación Propia

2. Medición de la Tela: Se determina las medidas adecuadas para la confección del bolso.

Imagen 2: Medición de la Tela



Fuente: Investigación Propia

3. Rayado de la Tela: se continúa con la marcación de medidas antes mencionadas para que el bolso de doble estilo comience a tener forma.

Imagen 3: Rayado de la Tela



Fuente: Investigación Propia

4. Corte de la Tela: se procede al corte de telas para poder unirlos como paso siguiente.

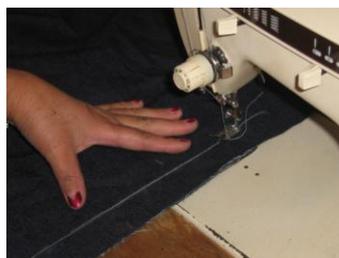
Imagen 4: Corte de la Tela



Fuente: Investigación Propia

5. Coser la Tela en la Máquina SYNGER: este proceso permitirá dar forma a los bordes de las telas.

Imagen 5: Coser la Tela en la Máquina SYNGER



Fuente: Investigación Propia

6. Coser la Tela en la Máquina OVERLOG: este proceso hace que los bordes de las telas estén bien definidos.

Imagen 6: Coser la Tela en la Máquina OVERLOG



Fuente: Investigación Propia

7. Unión de las dos telas: se unen las telas con debidos compartimentos.

Imagen 7: Unión de las dos telas



Fuente: Investigación Propia

8. Puesta de cierre: se lo coloca para brindarle más seguridad al producto

Imagen 8: Puesta de cierre



Fuente: Investigación Propia

9. Puesta de parches o adornos al producto: lo que brinda distinción e imagen.

Imagen 9: Puesta de parches o adornos al producto



Fuente: Investigación Propia

10. Puesta de velcro en la otra cara del producto: se aplica otra forma de seguridad al momento de llevarlo.

Imagen 10: Puesta de velcro en la otra cara del producto



Fuente: Investigación Propia

11. Puesta de las orejas en el producto: los mismos que le dan la comodidad para llevarlo.

Imagen 11: Puesta de las orejas en el producto



Fuente: Investigación Propia

12. Producto terminado (bolso de doble estilo)

Imagen 12: Producto terminado



Fuente: Investigación Propia

3.3.3 Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos

Las máquinas que se utilizaran o son necesarias para la producción de bolsos de doble estilo son las siguientes:

1) Máquina de coser overlock 5 hilos

Gráfico N° 24: Máquina de coser overlock 5 hilos



Fuente: Investigación Propia

Especificaciones técnicas:

- Overlock 5 hilos, corta y cose los bordes
- Regulador de puntada
- Sistema de alimentación diferencia
- Ideal para la costura de materiales livianos y medianos.
- Velocidad máxima 5000 ppm
- Aguja 81x1 / 82x13
- Ancho de overlock 4 mm

2) Máquina de coser singer 2491 d300a industrial

Gráfico N° 25: Máquina de coser singer 2491 d300a industrial



Fuente: Investigación Propia

Características:

- Máquina de costura recta
- Sistema manual de lubricación
- Máquina de alta velocidad
- Levantamiento de prénsatelas por la palanca rodilla

Descripción

- Máquina de costura recta
- Sistema manual de lubricación
- Máquina de alta velocidad
- Levantamiento de prénsatelas por la palanca rodilla
- Protector de dedos y de la banda
- Estante con regulador de altura
- Selector de ajuste largo de puntada/palanca de retroceso

3) Cortadora vertical 8in

Gráfico N° 26: Cortadora vertical 8in



Fuente: Investigación Propia

Características:

- Es adecuada para el corte de todo tipo de tela.
- Con afilador manual
- Es seguro al momento de usar
- Fácil de transportar se coloca en cualquier superficie plana y no requiere mueble
- Tiene un manual para su correcto manejo y mantenimiento

Básicamente las anteriores máquinas servirán de apoyo para la producción de los bolsos de doble estilo debido a que al ser una microempresa nacional, lo que se busca es poder emprender el negocio con la reducción en los costos, por lo que las principales actividades al inicio del negocio se realizarán a través de los implementos básicos como son tijeras industriales, reglas de medida adecuada y mesas grandes conjunto con las máquinas descritas, las mismas que ayudaran a realizar la producción más efectiva y bajo una supervisión más directa.

Los demás equipos con los que contará la microempresa fuera del proceso de producción son:

3.3.3.1 Requerimientos de recursos humanos y mano de obra

Se debe establecer un plan adecuado para la organización en el requerimiento de recursos humanos y mano de obra debido a que de ellos depende el alto desempeño de la microempresa y del uso eficiente y optimización de recursos en los procesos.

A continuación se detalla el personal mínimo que se requiere para el funcionamiento de la microempresa:

Cuadro N° 39: Requerimientos de Recursos Humanos y Mano de Obra

RECURSO HUMANO Y MANO DE OBRA		
AREA	CARGO	CANTIDAD
Administrativa	Administrador- Vendedor	1
Mano de obra directa	Sastres - Costureras	2
TOTAL		3

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.2 Requerimientos de materiales e insumos

La adquisición de materiales e insumos se realizará a través de la empresa de Francelana que proporciona un porcentaje de descuento del 12% al 15% en la adquisición de telas seleccionadas.

A continuación se detalla la cantidad de tela que se requiere y el costo por metro que tiene cada una para la elaboración del bolso de doble estilo:

Cuadro N° 40: Requerimientos de Materia Prima

MATERIA PRIMA				
MATERIA PRIMA	CANT. DE BOLSOS	CANT. DE MATERIA PRIMA X METROS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL TRIMESTRAL
Tela Jean	570	200	\$ 5,25	\$ 1.050,00
Tela de Cuero	570	200	\$ 5,40	\$ 1.080,00
Tela Gamuza	570	170	\$ 4,40	\$ 748,00
TOTAL				\$ 2.878,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 41: Requerimientos de Materiales Directos

MATERIALES DIRECTOS				
MATERIALES	CANT. DE BOLSOS	CANT. DE MATERIAL TRIMESTRAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL TRIMESTRAL
Velcro por metro	285	57	\$ 0,80	\$ 45,60
Cinta con logotipo	570	48	\$ 0,60	\$ 28,80
Cierres por metro	285	35	\$ 0,20	\$ 7,00
Parches c/u	570	285	\$ 0,15	\$ 42,75
Botones varios x funda	285	12	\$ 3,64	\$ 43,68
Hilo por conos	570	24	\$ 3,00	\$ 72,00
Broche magnético c/u	285	285	\$ 0,20	\$ 57,00
TOTAL				\$ 296,83

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 42: Requerimientos de Materiales Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS			
MATERIALES INDIRECTOS	CANT. TRIMESTRAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL TRIMESTRAL
Tijeras n°14	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Tizas 10 unid.	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Juego de reglas	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Cintas métricas	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Fundas para empaque	570	\$ 0,30	\$ 171,00
Agujas 10 unidades	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Caja de Alfileres 100	10	\$ 0,70	\$ 7,00
TOTAL			\$ 280,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.3 Equipo de Computación

El equipo de computación a utilizar para iniciar las actividades de la microempresa es la siguiente, la cual ayudará como herramienta para la observación de estilos y diseños para la elaboración de los bolsos de doble estilo:

Cuadro N° 43: Requerimientos de Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Computadora de escritorio core i3	\$ 584,99	\$ 584,99
TOTAL			\$ 584,99

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.4 Equipo de Oficina

Los equipos de oficina necesarios para tener una adecuada seguridad del establecimiento son los siguientes, con los cuales se espera cubrir las necesidades básicas de protección como son:

Cuadro N° 44: Requerimientos de Equipo de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Teléfonos	\$ 76,00	\$ 76,00
1	Sistema de alarma	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 376,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.5 Maquinaria y Equipos

La maquinaria y equipos requeridos para la elaboración de los bolsos de doble estilo son los siguientes, los cuales son los adecuados y de fácil manejo para el personal que los elabora:

Cuadro N° 45: Requerimientos de Equipo de Oficina

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Máquina de coser OVERLOCK 5 HILOS	\$ 960,00	\$ 960,00
1	Máquina de coser SINGER 2491 D300A Industrial	\$ 740,00	\$ 740,00
1	Cortadora Vertical 8in	\$ 650,00	\$ 650,00
TOTAL			\$ 2.350,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.6 Muebles y Enseres

Los muebles y enseres a utilizar en la microempresa se los divide por áreas en los cuales se identificará lo necesario para el desarrollo de las actividades tanto en el área de ventas, producción y administración:

Cuadro N° 46: Requerimientos de Muebles y Enseres Administración

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Sillas de Oficina	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Archivadores	\$ 89,00	\$ 89,00
1	Escritorio	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 239,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 47: Requerimientos de Muebles y Enseres Producción

MUEBLES Y ENSERES PRODUCCION			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Sillas para Operarias	\$ 25,00	\$ 50,00
1	Mesas para Maquinarias	\$ 320,00	\$ 320,00
1	Mesas para Toma de medidas y Corte	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Estanterías de Tela	\$ 110,00	\$ 110,00
TOTAL			\$ 780,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 48: Requerimientos de Muebles y Enseres Ventas

MUEBLES Y ENSERES VENTAS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Estante para Bolsos	\$ 230,00	\$ 460,00
1	Silla para clientes	\$ 99,00	\$ 99,00
TOTAL			\$ 559,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.7 Requerimiento de Adecuaciones

Para la producción y elaboración de los bolsos de doble estilo es necesario la adecuación siguiente:

Cuadro N° 49: Adecuaciones

ADECUACIONES			
CANTIDAD	CARACTERISTICAS	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
1	Adecuaciones	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

3.3.3.8 Requerimientos varios: Suministros de oficina, equipos de protección y publicidad

Cuadro N° 50: Requerimientos de Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
SUMINISTROS DE OFICINA	CANTIDAD TRIMESTRAL	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL TRIMESTRAL
Rezma de papel	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Caja de esferos	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Caja de Lapices	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Grapadoras	2	\$ 3,30	\$ 6,60
Perforadoras	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Carpetas Grandes	4	\$ 1,20	\$ 4,80
Facturas	4	\$ 6,00	\$ 24,00
Saca Grapas	1	\$ 0,80	\$ 0,80
Funda de sobres	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Boradores	3	\$ 0,10	\$ 0,30
Archivadores	1	\$ 2,20	\$ 2,20
Caja de Grapas	3	\$ 1,10	\$ 3,30
Sumadora	1	\$ 65,00	\$ 65,00
TOTAL			\$ 151,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 51: Requerimientos de Equipos de Protección

EQUIPOS DE PROTECCION			
EQUIPOS DE PROTECCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL TRIMESTRAL
Extintor Recargable	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Mascarillas	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Mandiles	2	\$ 22,00	\$ 44,00
TOTAL			\$ 95,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 52: Requerimientos de Publicidad

PUBLICIDAD			
PUBLICIDAD	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL
Hojas Volantes	1200	\$ 0,05	\$ 60,00
Rotulo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Tarjetas de presentación	600	\$ 0,08	\$ 48,00
TOTAL			\$ 358,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 53: Requerimientos de Servicios Básicos Administración

SERVICIOS BASICOS ADMINISTRACION TRIMESTRAL			
SERVICIOS BASICOS ADMIN.	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Luz Eléctrica (kw/h)	240	\$ 0,08	\$ 19,20
Agua Potable (m3)	18	\$ 0,36	\$ 6,48
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Internet	1	\$ 56,00	\$ 56,00
TOTAL			\$ 111,68

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 54: Requerimientos de Servicios Básicos Producción

SERVICIOS BASICOS FABRICA TRIMESTRAL			
SERVICIOS BASICOS FABRICA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Luz Eléctrica (kw/h)	360	\$ 0,08	\$ 28,80
Agua Potable (m3)	42	\$ 0,36	\$ 15,12
TOTAL			\$ 43,92

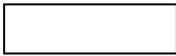
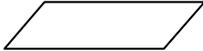
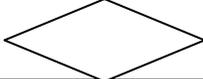
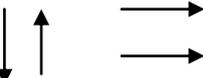
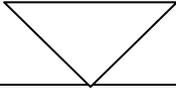
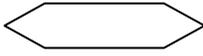
Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

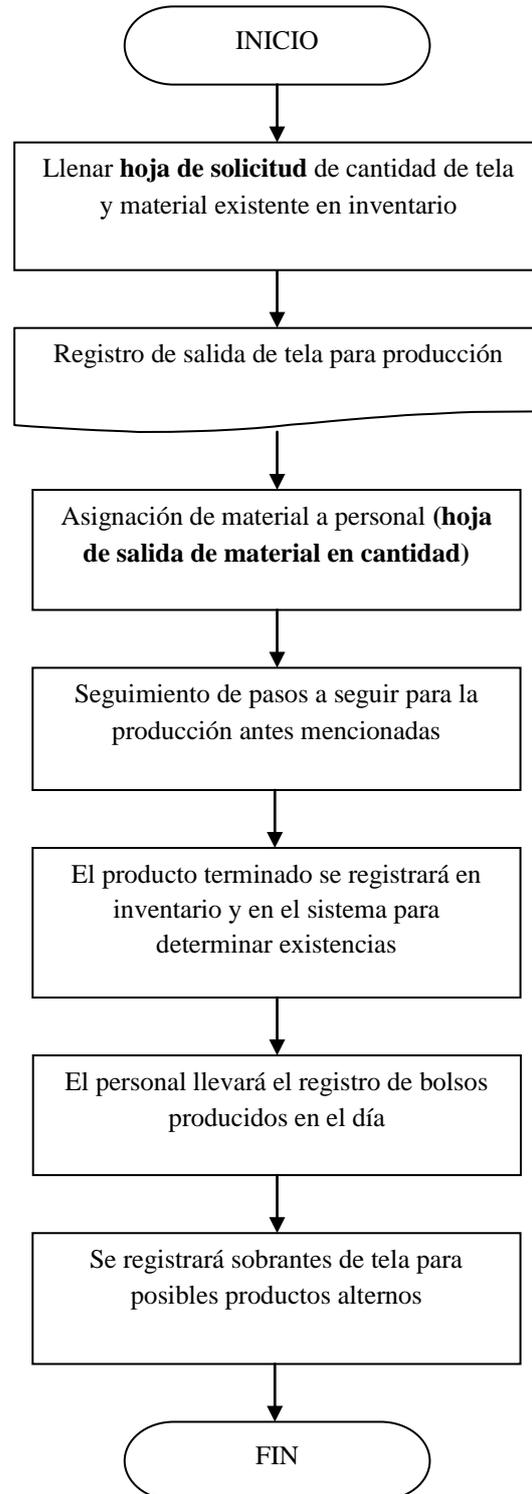
3.3.4 Programa de producción

El programa de producción se especifica a través de flujogramas donde se detallan: el proceso de producción; la recepción de la materia prima; y, la documentación necesaria para el funcionamiento legal de la microempresa.

SIMBOLOGÍA

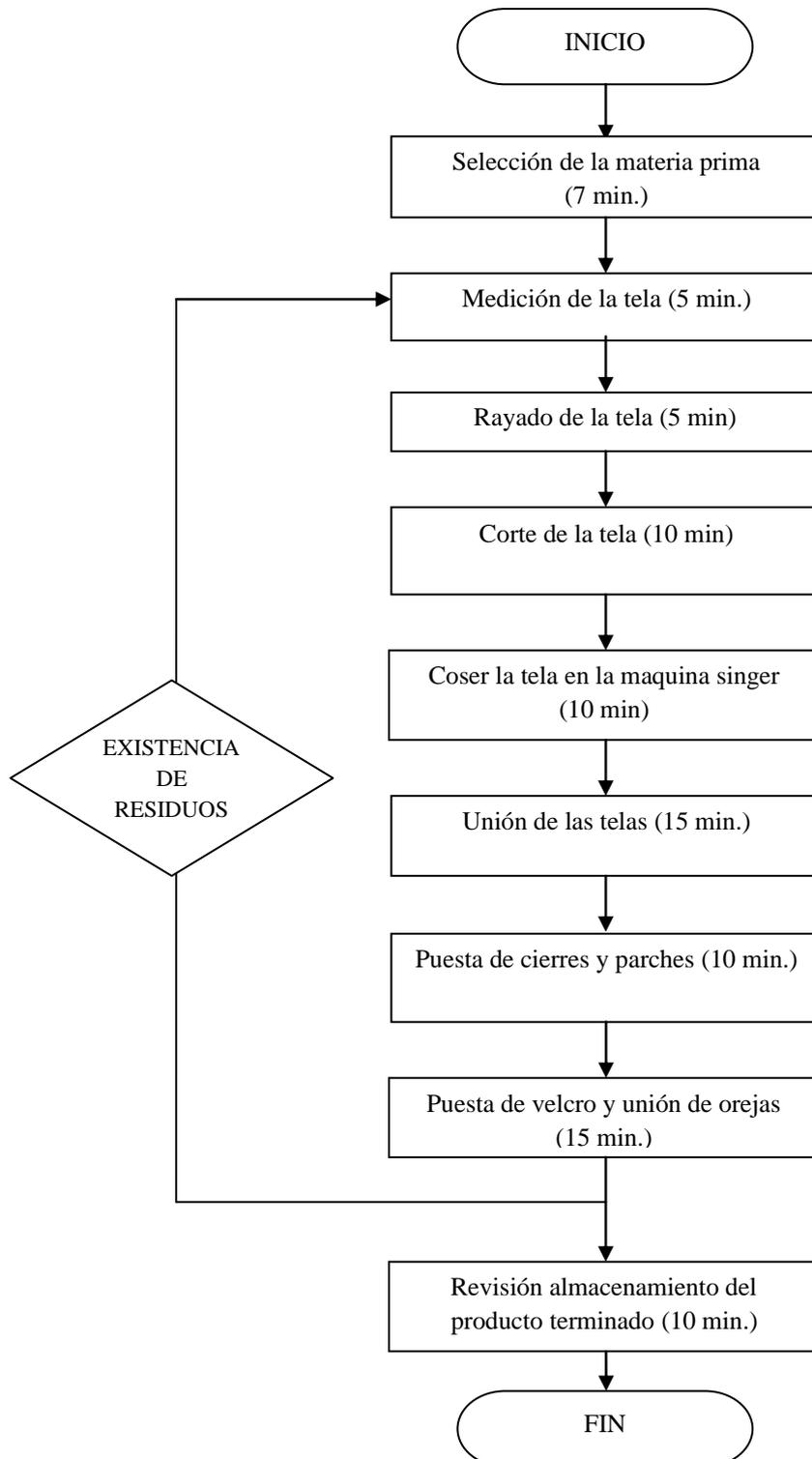
ICONO	
INICIO FIN	
PROCESO	
ENTRADA	
PROCESO ALTERNO	
ARCHIVO	
DECISIÓN	
LINEAS DE FLUJO	
CONECTOR DE PAGINA	
FUSIÓN	
PREPARACIÓN	

- **Diagrama de Flujo para el proceso documentado de producción de Bolsos de doble estilo.**



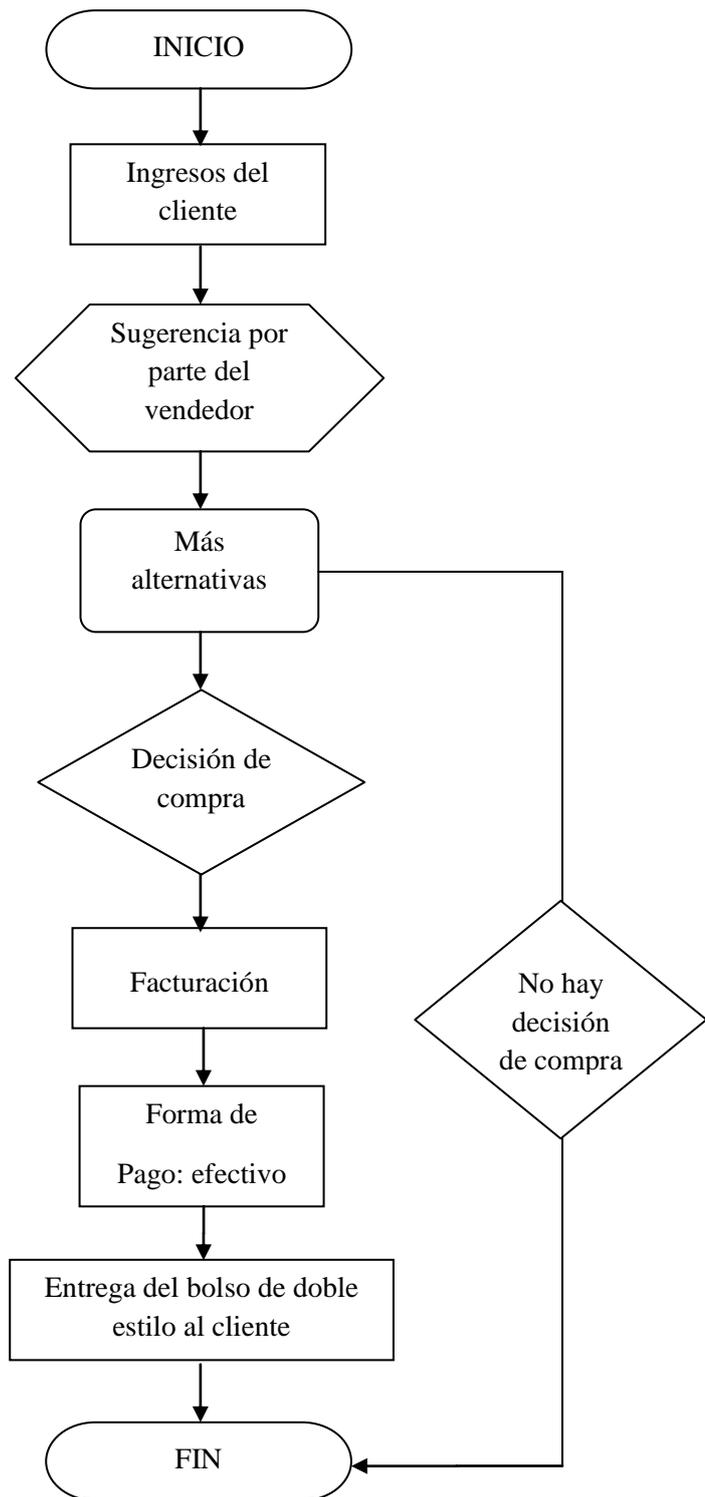
Elaborado por: Patricia Santillán

- **Diagrama de Flujo para el proceso de producción de bolsos de doble estilo**



Elaborado por: Patricia Santillán

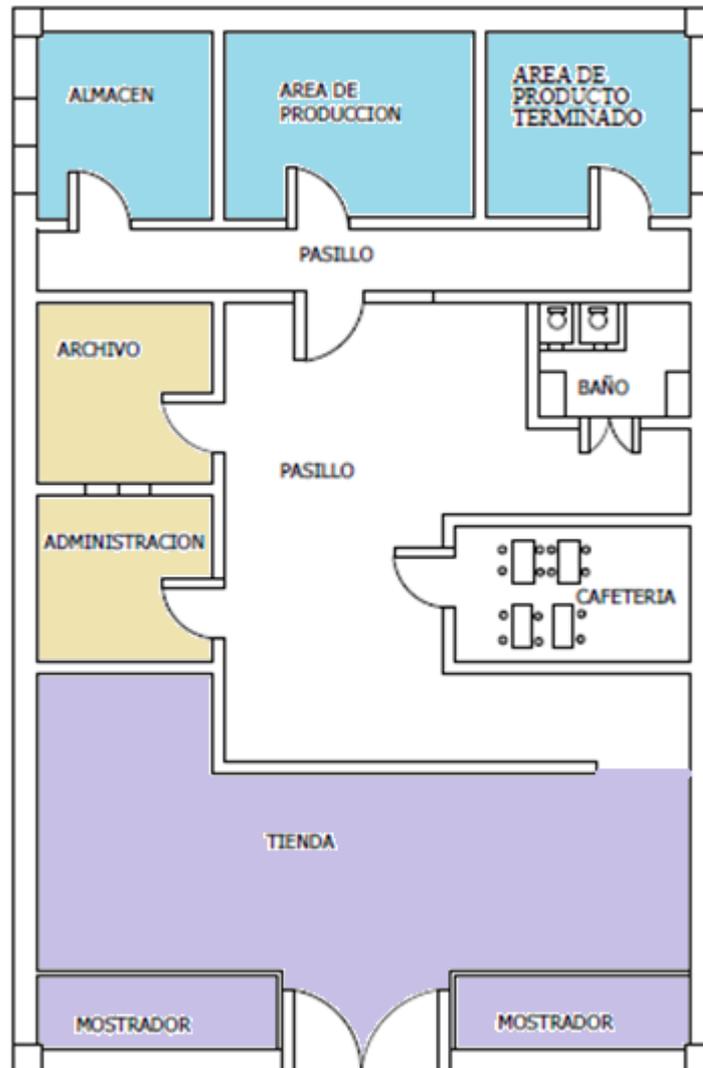
- **Diagrama de Flujo para el proceso de atención al cliente**



Elaborado por: Patricia Santillán

3.3.5 Distribución en planta

Gráfico N° 27: Distribución de planta



Elaborado por: Patricia Santillán

El local está distribuido de la siguiente manera considerando las necesidades básicas para su inicial funcionamiento considerando seguridades, espacios, salidas y organización.

3.4 Instalaciones y obras civiles

Para el desarrollo de las actividades de la microempresa se espera contar con un espacio de acuerdo con las necesidades tanto del producto como del personal que prestará sus servicios en el emprendimiento del negocio.

De acuerdo con las instalaciones propuestas se describe a continuación cada una de sus funciones:

- Almacén: este espacio está distribuido en tres sectores:
 - el primero se concentra en el almacenamiento de las telas e insumos.
 - el segundo sector esta designado para llevar a cabo el proceso de producción y la supervisión de la calidad del producto terminado.
 - el tercer sector cuenta con una adecuada instalación para almacenar los productos terminados que están listos para la venta.
- Archivo: es el lugar donde se encuentra el gerente y la documentación tanto de recibo de mercadería e insumos; entrega de telas a personal; pedidos por parte del personal, registros de sobrantes de telas e insumos al término de la producción y la administración en general.
- Baños y cafetería: en este sector se espera satisfacer con las necesidades básicas del personal para que tengan un mejor desempeño en las actividades.
- Mostrador: en este sector se atenderá a los clientes que accedan al local para cubrir sus inquietudes y brindarles la debida información sobre los bolsos de doble estilo.
- Tienda: en este espacio se exhibirán todos los bolsos de doble estilo terminados; así como también se encontrará la imagen del logotipo que identifica a la microempresa.

3.5 Organización y administración

La organización es fundamental al momento de establecer una microempresa debido a que si no establece una base bien estructurada no se contará con el respaldo de una administración ni documentación de las actividades a realizarse en la producción de bolsos. A continuación se describe los documentos a utilizarse en el proceso:

- **Kárdex:** Es un documento primordial para determinar y llevar un control adecuado de las existencias tanto de salidas y entradas de la materia prima.
- **Facturas:** son de vital importancia ya que es la evidencia clara de cómo se efectúa tanto el recibimiento de la mercadería y el costo que este implica al momento de existir la relación de proveedor a cliente; y de igual manera la entrega de facturas a los clientes como comprobante de su compra y respaldo de reclamo.
- **Hoja de Pedido y Salida de material.** Es el documento que requiere el personal en el momento que necesita la materia prima de la bodega para la elaboración de los bolsos.

De acuerdo con la organización de la microempresa al principio de las actividades se realizarán con 2 personas en el sector operativo y 1 persona en el área administrativa, los mismos que se encargarán de la atención a los clientes llevando una adecuada supervisión de las actividades a desarrollarse en la microempresa.

Todas las actividades se realizarán de acuerdo a un orden jerárquico que empezará con:

- El administrador será aquel quien se encargará de la recepción de materia prima, insumos ya que al ser una microempresa nueva se requerirá del mínimo de recursos tanto humanos como técnicos hasta adentrarse al mercado, por lo que el resto del día se dedicará a la atención de la tienda.

- El sastre o costurera será aquel que se encargará de todo lo concerniente a las medidas y selección de telas adecuadas para la producción de los bolsos de doble estilo ya que de esta persona parte la iniciativa inicial del producto terminado que esté acorde con las necesidades del cliente como tamaño, tela y corte de la misma.

Todo empleado que labore en la microempresa será remunerado bajo el régimen estipulado en el Código de Trabajo considerando horas extras, fondo de reserva, vacaciones, etc.

Se establecerán los siguientes sistemas de control:

- Se realizarán reportes mensuales detallados en los inventarios de la mercadería con ayuda del sistema integrado sobre la existencia de la materia prima así como de insumos utilizados.
- Se debe establecer un control diario de los procesos de producción de bolsos de doble estilo debido a que los restantes o residuos serán reportados debido a que los mismos son destinados para la producción de un producto alternativo del producto principal lo cual ayuda a reducir costos.
- Se llevará un control en la entrada de los clientes debido al uso de bolsos ya que a través del detector de las prendas se podrá establecer si existe un robo de los bolsos dentro de la tienda.

3.5.1 Régimen de constitución

El régimen de constitución de la microempresa MALAI STYLE se establece como una empresa unipersonal y según la Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada dice:

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

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

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

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

- 7) Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee; y,
- 8) En los demás casos establecidos en la ley.

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

El Registrador Mercantil llevará un libro especial denominado “Registro de empresas unipersonales de responsabilidad limitada”, que formará parte del Registro Mercantil, en el que se inscribirán los actos constitutivos de las empresas mencionadas y sus posteriores reformas o modificaciones.

La inscripción de la empresa en el Registro Mercantil surtirá los efectos de la matrícula de comercio.

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

Toda empresa unipersonal que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en el cantón del territorio nacional.

La escritura pública se la presenta ante un juez de lo civil solicitándole su constitución, para lo cual su funcionario debe hacer una publicación en un diario de extracto de la empresa.

Ordenanza Municipal

Sección I

Del ámbito y aplicación de la ordenanza

Art. 1.- Ámbito.- las disposiciones de esta ordenanza se aplicarán a personas naturales y jurídicas domiciliadas dentro de los límites del Distrito Metropolitano de

Quito, que ejerzan cualquier tipo de actividad económica, excepto las actividades de carácter turístico.

Sección II

De la Licencia de Funcionamiento

Art. 4.- La Licencia Metropolitana de Funcionamiento es el documento que habilita las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con lo requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, y las inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos, Dirección Metropolitana de Salud, Publicidad Exterior y Dirección Metropolitana Ambiental.

Art.- 6.- Licencias para cada una de las sucursales o agencias.- La persona natural no obligada a llevar contabilidad que mantuviera además del local principal, sucursales o agencias adicionales, deberá obtener una Licencia Metropolitana de Funcionamiento por cada uno de los locales, misma que incluirá todos los componentes (Patente, Riesgo de Incendios, Registro Ambiental, Salud, Publicidad; los tres últimos cuando sean necesarios).

Art. 7.- El contribuyente que mantuviere más de una actividad económica en un mismo local deberá tramitar una sola Licencia Metropolitana de Funcionamiento, siempre y cuando las actividades sean relacionadas; en este caso, el cálculo del rubro de patente se lo manejará en función de la actividad principal. En el caso de actividades no relacionadas requerirá de una licencia por cada actividad.

Art. 10.- La Licencia Metropolitana de Funcionamiento comprende los siguientes componentes: Patente Municipal y los Permisos de Prevención y Control de incendios, de Publicidad Exterior y de Salud.

Art. 11.- Vigencia.- La Licencia Metropolitana de Funcionamiento tendrá vigencia de dos años fiscales, contados desde el primero de enero hasta el treinta y uno de cada año.

Art. 12.- Del plazo para la renovación de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento: Cada dos años, el contribuyente deberá canjear su Licencia Metropolitano de Funcionamiento.

Cada año, el contribuyente deberá cancelar el valor de la patente de acuerdo a las siguientes fechas:

- a) Para las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, el plazo será hasta el 15 de Febrero de cada año;
- b) Para las personas naturales obligadas a llevar contabilidad, el plazo es de 30 días contados a partir del 28 de marzo de cada año, fecha en la cual vence el plazo para la presentación de balances a la Superintendencia de Compañías y declaración de impuesto a la Renta al SRI; y,
- c) Para las personas jurídicas el plazo es de 30 días hábiles contados a partir del 28 de abril de cada año, fecha en la cual vence el plazo para la presentación de balances la Superintendencia de Compañías y declaración de Impuesto a la Renta al SRI.

En todos los casos. Transcurrido el plazo para el pago de patente, se cargarán los intereses y multas por mora correspondientes, de acuerdo a la ordenanza vigente sobre “Normativa para la aplicación del impuesto de Patente Municipal”.

De igual forma, cada año el contribuyente deberá cancelar el pago por sus permisos de control y prevención de incendios, publicidad exterior y permiso sanitario, así como también deberá mantener vigentes sus permisos.

En caso de incumplimiento de estos pagos y permisos se revocará la Licencia Metropolitana de Funcionamiento.

Art. 14.- Los Artesanos Calificados están exonerados del pago anual de patente; sin que esto signifique exoneración de realizar el trámite completo de emisión o renovación de Licencia Metropolitana de Funcionamiento y cancelar los otros rubros correspondientes a la misma (Rubros por Control y Prevención de Incendios, Salud, Publicidad, según sea el caso).

Sección V

De las Infracciones y Sanciones

Art. 22.-Infracciones.- Constituyen infracciones a esta ordenanza, además de las señaladas en las respectivas ordenanzas Metropolitanas referentes a gestión de patentes, control y prevención de incendios, publicidad exterior y salud, citadas a continuación:

- Llevar a cabo una actividad económica sin contar con la respectiva Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- No portar el original de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- Realizar una actividad diferente a la autorizada.
- Impedir u obstaculizar las inspecciones de control al personal de bomberos, salud y publicidad.
- Proporcionar información falsa.

Fuente: R. Ordenanza N° 598 de 26 de mayo de 2009

Requisitos para el funcionamiento de una microempresa

a) Registro único de contribuyentes

- Para obtener el RUC se requiere:
- Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario

"Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria."

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya:

- 1) cambiado de actividad económica
- 2) cambiada de domicilio
- 3) cesada su actividad
- 4) aumentado o disminuido el capital.

b) Patente Municipal en Quito

“Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

La inscripción se debe realizar en la jefatura de Rentas del Municipio, debe cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual para el ejercicio de la actividad.

Para inscribir una microempresa se requiere:

- Copia de la cédula de identidad.
- Informe sobre la dirección de la microempresa.

El plazo es de 30 días, contados a partir del inicio del negocio.

El costo está determinado por la naturaleza, volumen, y ubicación del negocio. La exoneración del pago de la patente tienen exclusivamente los artesanos calificados.

c) Recomendación del Cuerpo de Bomberos en Quito

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tener para evitar los mismos. El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendio, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica, en caso de que ocurra el flagelo.

Los requisitos para obtener este servicio son: comprar un formulario (USD\$ 0.20) llenarlo y entregar a los bomberos; y, conducir a los inspectores al local comercial para la verificación.

d) Obtención de la patente de marca

Se registra en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) la marca “MALAI STYLE”, con el respectivo logotipo para poder tener derecho total como marca registrada de uso único.

Los pasos a seguir para la obtención de la patente de marca son:

- 1) Se realiza una exhaustiva búsqueda, en el IEPI junto con el pago de la respectiva tasa por el servicio cuyo costo es de \$14. El objetivo de este paso es determinar si el nombre a utilizar no se encuentra registrado o se pretende registrar para evitar cualquier inconveniente al momento de registrarlo.
- 2) Al ser analizados los resultados, se determina por parte del interesado que el signo a registrar no viola ningún tipo de derecho de otras marcas por posible similitud, se debe llenar el formulario de registros de signos distintivos con los cuales se adjunta lo siguiente:
 - a. Comprobante original de pago de la tasa de registro de marcas que es de \$34.
 - b. Nombramiento del representante legal para personas jurídicas nacionales.
 - c. Seis etiquetas que muestren el logotipo de la empresa.

Después de todo el trámite pertinente para el registro de la marca se procede a la espera de la publicación en la gaceta del IEPI.

La autoridad verifica toda la documentación para el registro de la marca y sin inconveniente alguno se procede a la resolución por parte del Director Nacional de Propiedad Intelectual, y finalmente se cancela una tasa de \$28 por la emisión del título. El representante legal deberá renovar a los diez años de funcionamiento.

3.5.2 Estrategia general del proyecto

3.5.2.1 Base legal

La normativa legal en la que se establece la microempresa debe regirse bajo los estatutos estipulados en el marco jurídico debido a que el emprendimiento de la microempresa debe iniciar con el cumplimiento de las disposiciones jurídicas vigentes.

El cada país existe una legislación que regula toda actividad económica estipulando leyes, reglamentos, prohibiciones y normas por las cuales se rige una entidad que pueden llegar afectar a cada una de las áreas y personal que se desenvuelven si no se les da el adecuado cumplimiento.

Es importante dar un estudio exhaustivo a la legislación ecuatoriana para analizar las posibilidades y barreras para la creación de un microempresa de tal manera fundamentar la idea innovadora para un adecuado funcionamiento desde el inicio de sus actividades.

Lo anterior expone los requisitos con los cuales funciona la microempresa y normas por las cuales se rige tanto la microempresa como el personal que laborará; dando por entendido que MALAY STYLE desde el inicio cumplirá con los parámetros de funcionamiento respecto a sus actividades y los derechos del personal de la misma.

Según la página web www.gerencia.com la microempresa al constituirse como Unipersonal permite lo siguiente:

- El empresario como persona natural podrá ejercer el comercio, aun cuando la empresa quebrare y de esta manera no se vería comprometida en la prohibición contenida en el artículo 14 numeral 1 del código de comercio, que señala como inhábil para ejercer el comercio a los comerciantes declarados en quiebra que no hayan obtenido su rehabilitación.
- El empresario individual podrá limitar la responsabilidad de su patrimonio, arriesgando solo la suma que aporta, es decir su patrimonio personal no sufrirá desmedro alguno y por lo tanto su familia o quienes dependan de él, tendrán mayor estabilidad, Dicho patrimonio no responderá frente a acreedores de la empresa individual por ende no podrá ser arrasado por los acreedores de su negocio, impactando en un mayor desamparo de todos los suyos.
- Acceso del pequeño empresario a las fuentes de crédito y financiamiento, tales como bancos y compañías financieras.
- Acceso del pequeño empresario al fenómeno de la producción y del desarrollo del país. Claramente es viable pensar como el empresario individual generando mayor producción para el país hará una industria más dinámica con efectos positivos sobre la economía.

a) Titularidad de propiedad de la microempresa

Al constituirse como una empresa unipersonal se contará con un solo propietario al establecerse con un patrimonio en su mayoría propio patrimonio y una parte financiada con un crédito solicitado para que apoye la adquisición de materiales e insumos.

Se establece la constitución de empresa unipersonal con el nombre de MALAI STYLE constituida con aporte de un solo socio, para el funcionamiento de sus actividades considerando los beneficios e inconvenientes existentes por las normas establecidas para el manejo de este tipo de microempresas; sin dejar de lado que cumplirá con los requisitos básicos de funcionamiento como son: el registro único de contribuyente, patente, registro de la marca; sin considerar el permiso sanitario al ser una microempresa dedicada a la producción textil y no alimenticia.

b) Tipo de microempresa

La microempresa que se aplica en la investigación es aquella que se direcciona a un segmento de mercado en especial que son la mujeres de 15 a 25 años con ingresos del salario mínimo vital, considerando este aspecto la microempresa considera la elaboración de bolsos con dos tipos de tela cuya función principal es proporcionar al cliente la organización que necesita al momento de llevar sus cosas en su actividad diaria.

Considerándolo como un aporte al sector textil promoviendo la contratación de mano de obra nacional y la mayor utilización tanto de maquinaria e insumos nacionales promoviendo el desarrollo del país; marcando la diferencia en la tendencia del consumo de los bolsos y el alto índice de productos extranjeros que solo crean un consumo masivo sin pensar en calidad y el precio que el cliente invierte en su compra.

Este tipo de microempresa busca establecer la diferencia al crear un producto innovador y con un valor agregado que garantice la calidad y dedicación al momento de su elaboración considerando las tendencias y necesidades de las mujeres en la actualidad.

c) Nombre o razón social

El tener un nombre que atraiga la atención de la gente es un tema que debe ser cuidadosamente analizado debido a que se debe considerar que el nombre identificará tanto a la entidad como al producto; al ser un nombre comercial conllevará ganancias e imagen a lo largo del tiempo marcando identidad en la mente del consumidor.

La microempresa llevará el nombre comercial de “MALAI STYLE”

Gráfico N° 28: Logotipo de la Microempresa



Elaborado por: Patricia Santillán

Este nombre es tomado de la lengua irlandesa quiere decir “Bolsos”, que proporcionan el diseño adecuado para las mujeres bajo la utilización de dos tipos de tela en un solo producto brindándole la comodidad y organización que requiere al momento de usarlo en cualquier ocasión y necesidad de adecuarlo a la prenda de vestir que use en ese momento.

d) SLOGAN:

“Doble Estilo, Doble Elegancia”

Este slogan representa el objetivo del producto como lo es el bolso de doble estilo el cual es brindar dos formas de diseño del mismo para que la mujer tradicional demuestre su elegancia y se sienta conforme tomando en cuenta los gustos y preferencias existentes en la actualidad y que mueven el mundo de la moda al que desean estar a diario las mujeres, brindando elegancia a un precio acorde con su status y economía.

3.5.2.2 Base filosófica de la microempresa

La filosofía de la microempresa está basada en establecer la visión, misión, políticas y valores con las cuales se manejará, tanto a nivel organizacional como personal, ya que son base de identidad, imagen y cultura con la que será vista a futuro por parte de sus clientes.

3.5.2.2.1 MISIÓN

Somos una microempresa productora y comercializadora de bolsos de doble estilo que cuenta con tecnología de punta y personal capacitado para ofrecer calidad y garantía a través de diseños exclusivos a fin de satisfacer las necesidades y superar las expectativas de nuestros clientes y aportando al desarrollo.

3.5.2.2.2 VISIÓN

En el 2019, Ser una microempresa líder en la producción de bolsos que se desarrolle de forma confiable solida y rentable y ser reconocida a nivel nacional, logrando responder a las exigencias del mercado a través de un personal competitivo, tecnología e infraestructura adecuada.

3.5.2.2.3 Principios y valores

“Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización.

Para poder identificar de mejor manera los principios corporativos de la microempresa MALAI STYLE se requiere una herramienta que se denomina Matriz Axiológica.

Matriz Axiológica.- Es una guía que permite la identificación de los principios y valores corporativos que van a servir de soporte a la cultura, la visión y la misión de la organización.

Cuadro N° 55: Matriz axiológica de localización

VALORES	FAMILIA	SOCIEDAD	COMPETENCIA	CLIENTES	PROVEEDORES	COLABORADORES	ACCIONISTAS
Respeto	X	X	X	X	X	X	X
Honestidad	X	X	X	X	X	X	X
Lealtad	X	X		X	X	X	X
Confianza	X	X		X	X	X	X
Puntualidad	X	X		X	X	X	X
Honradez	X	X		X	X	X	X
Responsabilidad	X	X		X	X	X	X
Competitividad		X	X		X		

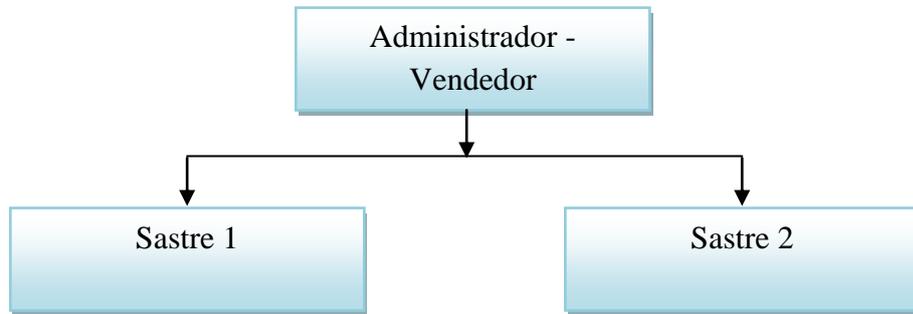
Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

- **Respeto.-** MALAI STYLE aplicará el respeto a las personas como son sus valores y creencias, respeto a la igualdad de clase, color, género en la ejecución de sus actividades diarias.
- **Honestidad.-** MALAI STYLE aplicará este valor en todos sus procedimientos administrativos, productivos, ventas; también será honesta con la competencia debido a que de esto depende el prestigio de la misma.
- **Lealtad.-** La microempresa espera este valor de todas las personas que trabajen en su entorno ya que la lealtad está pegada a la relación de grupo por ende generamos un grado de conciencia y comunicación con el alma, y esto nos ayuda a tener un mejor rendimiento de las actividades diarias
- **Confianza.-** La microempresa aplicará la confianza a las relaciones del personal con sus supervisores porque este valor fomenta la colaboración y el trabajo en equipo.
- **Puntualidad.-** La microempresa aplicará la puntualidad en todas las actividades diarias debido al cumplimiento de metas y objetivos, este valor se lo aplicará en especial a los proveedores.
- **Honradez.-** La microempresa aplicará este valor al momento de obrar en su manera de pensar de las personas que trabajen diariamente.
- **Responsabilidad.-** MALAI STYLE aplicará este valor a todas sus actividades como por ejemplo entrega de pedidos, cumplimiento de políticas con el personal etc.
- **Competitividad.-** Generando un producto de calidad con un valor agregado que genere la diferencia del mercado por sus características satisfaciendo la necesidad de los clientes abarcando un mayor grado en el mercado de competencia.

3.5 3 Organigrama estructural y GTH

Gráfico N° 29: Organigrama Estructural



Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Gráfico N° 30: Organigrama Funcional



Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero busca establecer los recursos con los cuales se espera poner en marcha un proyecto, así como establecer el costo total de operación, los diferentes gastos operacionales y una serie de indicadores financieros; los mismos que serán de vital importancia para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto.

En este capítulo se establecerá al detalle todos los recursos tanto económicos y financieros con los que se espera poner en marcha el proyecto así como establecer si son suficientes para el desarrollo posterior del proyecto, utilizando todos los indicadores, balances, flujos que ayuden a determinar la efectividad del estudio para la ejecución del proyecto.

La utilización óptima de los recursos permitirá un menor tiempo de recuperación de la inversión con la cual se inicia el proyecto; en base a datos reales y actuales se considera la situación actual tanto del mercado como del sector económico, el establecer datos reales como: tasas, índices e intereses garantiza la efectividad del proyecto.

4.1 Inversiones

Según Byron Lara Dávila, (Pág. 163) denomina inversiones a todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo para poder adquirir los Factores de Producción (Mano de Obra, Materias Primas y Capital Productivo y otros), necesarios para implementar el proceso productivo del bien o servicio. El mismo que generará beneficios, en el periodo establecido como vida útil del proyecto.

Las inversiones a utilizar son con las cuales se procede para el desarrollo de las actividades de la microempresa, se describe a los activos fijos:

4.1.1 Inversiones Fijas Depreciables

Son aquellas inversiones en bienes muebles que si sufren procesos de depreciación, tales como:

- Adecuaciones
- Maquinaria
- Muebles de oficina
- Equipos de Oficina
- Equipos de Computación
- Otras.

A continuación se detalla los activos fijos necesarios para el desarrollo del proyecto:

Cuadro N° 56: Inversión en Activos Fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	
ACTIVOS FIJOS	VALOR
Equipo de Computación	\$ 584,99
Muebles y Enseres	\$ 1.578,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.350,00
Equipo de Oficina	\$ 376,00
Adecuaciones	\$ 5.000,00
TOTAL INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	\$ 9.888,99

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

4.2 Costos de producción y operación

Según Hargadon: los costos de producción se transfieren (capitalizan) al inventario de productos fabricados. El costo de los productos fabricados esta dado por los costos de producción en que fuere necesario incurrir para su fabricación. Por esta razón a los desembolsos relacionados con la producción es mejor llamarlos costos y no gastos, puesto que se incorporan en los bienes producidos y quedan, por tanto, capitalizados en los inventarios hasta tanto se vendan los productos. Los gastos de administración y ventas, por el contrario no se capitalizan sino que, como su nombre lo indica, se gastan en el periodo en el cual se incurren. (Hargadon, 1996)

Los costos de producción a utilizar en este proyecto son básicos; los cuales describen su vital importancia para la producción de los bolsos de doble estilo los mismos que se describen a continuación:

- Los costos de ingresos y egresos proyectados para la evaluación de eficiencia del proyecto, así como la utilidad de muchos más recursos para incrementar el desarrollo y productividad de la microempresa.

4.3 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos está determinado por el nivel de ventas y la cantidad de bolsos de doble estilo que se deben producir, o son requeridos por el cliente a un precio específico; logrando el mayor nivel de ventas para que las proyecciones sean más lucrativas tomando en cuenta todos los aspectos económicos de actualidad.

4.3.1 Determinación del Precio de Producto

Para la determinación del precio del bolso de doble estilo es importante determinar los costos de producción y costos de distribución, los cuales se detallan a continuación:

Cuadro N° 57: Determinación del Precio del producto Mensual

PRECIO DEL PRODUCTO (MENSUAL)		
COSTO PRIMO		VALOR
Materia Prima Directa		\$ 934,67
Materiales Directos		\$ 98,94
Mano de Obra Directa		\$ 845,77
TOTAL COSTO PRIMO		\$ 1.879,38
COSTO DE PRODUCCION		VALOR
Costo Primo		\$ 1.879,38
CIF		\$ 229,06
Materia Prima Indirecta	\$ 93,33	
Equipos de Protección	\$ 95,00	
Depreciaciones Área Produc.	\$ 26,08	
Servicios Básicos	\$ 14,64	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION		\$ 2.108,44
COSTO DE DISTRIBUCION		VALOR
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 1.295,11
Sueldos	\$ 525,10	
Suministros de Oficina	\$ 50,33	
Servicios Básicos Admin.	\$ 37,23	
Depreciación Área Admin.	\$ 66,45	
Arriendo	\$ 250,00	
Gastos de Constitución	\$ 366,00	
GASTOS DE VENTAS		\$ 259,00
Publicidad	\$ 259,00	
GASTOS FINANCIEROS		\$ 110,79
Interés Préstamo	\$ 110,79	
TOTAL COSTO DE DISTRIBUCION		\$ 1.664,90

COSTO TOTAL	
Costo de Producción	\$ 2.108,44
Costo de Distribución	\$ 1.664,90
COSTO TOTAL	\$ 3.773,34

COSTO TOTAL UNITARIO	
Costo Total	\$ 3.773,34
Unidades a Producir Mensual	190
Costo Total	\$ 19,86

PRECIO DE VENTAS	
Costo Total	\$ 3.773,34
Utilidad 20%	\$ 754,67
PRECIO DE VENTA	\$ 4.528,01

PRECIO DE VENTA UNITARIO	
Precio Unitario	Precio de Venta/Unidades a Producir
Precio Unitario	4528,01/190
Precio Unitario	\$ 23,83

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

En el cuadro anterior se puede observar la determinación del costo del producto a través de la consideración de todos los costos que intervienen en el proceso de producción, a parte se determina el precio con un porcentaje de utilidad del 20% con el que obtiene el precio de venta al público. El precio unitario se determina considerando las unidades a producir que dan como resultado el precio de \$23,83.

Cuadro N° 58: Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	2.280	2.280	2.736	3.192	3.192
Precio	\$ 23,83	\$ 25,02	\$ 26,27	\$ 27,59	\$ 28,97
TOTAL INGRESOS	\$54.336,15	\$ 57.052,95	\$ 71.886,72	\$ 88.061,24	\$ 92.464,30

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

El presupuesto de ingresos se determina a través de la cantidad que se obtiene de la multiplicación de cantidad trimestral (570×4) dando como resultado los 2280 bolsos de doble estilo anuales, para los siguientes años se determina un incremento del 20% de producción al tercer año y del 40% al cuarto año.

4.4 Presupuesto de Egresos

Son aquellos gastos que se desembolsan en un periodo y son necesarios para la realización de actividades de producción de la microempresa como por ejemplo:

- Gastos administrativos
- Gastos financieros
- Gastos de ventas
- Gastos de publicidad
- Materia prima
- Materiales directos
- CIF, entre otros.

Estos gastos son exclusivamente referentes a las salidas que se presentan, este presupuesto nos ayuda a tener un control y planificación de las salidas, lo que implica impedir que el negocio vaya a la quiebra. Procurando tener un menor grado de salidas con respecto a los ingresos para poder generar una utilidad o ganancia.

Cuadro N° 59: Presupuesto de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Costo Directos					
Materia Prima Directa	\$ 11.216,00	\$ 11.776,80	\$ 14.838,77	\$ 18.177,49	\$ 19.086,37
Materiales Directos	\$ 1.187,32	\$ 1.262,32	\$ 1.482,35	\$ 1.763,99	\$ 1.799,27
Mano de Obra Directa	\$ 10.149,29	\$ 11.110,82	\$ 11.649,69	\$ 18.596,96	\$ 19.498,92
Total Costos Directos	\$ 22.552,61	\$ 24.149,93	\$ 27.970,80	\$ 38.538,45	\$ 40.384,55
Costos Indirectos					
Materia Prima Indirecta	\$ 904,00	\$ 923,58	\$ 1.116,75	\$ 1.347,32	\$ 1.376,88
Equipos de Protección	\$ 95,00	\$ 99,75	\$ 104,74	\$ 149,33	\$ 156,80
Depreciaciones Área Producción	\$ 313,00	\$ 626,00	\$ 939,00	\$ 1.252,00	\$ 1.565,00
Servicios Básicos Producción	\$ 175,68	\$ 184,46	\$ 184,46	\$ 184,46	\$ 184,46
Mantenimiento		\$ 54,80	\$ 54,80	\$ 54,80	\$ 54,80
Total Costos Indirectos	\$ 1.487,68	\$ 1.888,59	\$ 2.399,75	\$ 2.987,92	\$ 3.337,94
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ 24.040,29	\$ 26.038,53	\$ 30.370,56	\$ 41.526,37	\$ 43.722,49
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	\$ 6.301,20	\$ 7.006,81	\$ 7.315,04	\$ 7.654,40	\$ 8.032,58
Suministros de Oficina	\$ 359,20	\$ 377,16	\$ 396,02	\$ 415,82	\$ 436,61
Servicios Básicos Admin.	\$ 446,72	\$ 469,06	\$ 492,51	\$ 517,13	\$ 542,99
Depreciación Área Admin.	\$ 562,40	\$ 1.124,79	\$ 1.687,19	\$ 2.249,59	\$ 2.811,98
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52

Gastos de Constitución	\$ 366,00				
Mantenimiento		\$ 73,44	\$ 73,44	\$ 73,44	\$ 73,44
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11.035,52	\$ 12.201,26	\$ 13.271,70	\$ 14.383,26	\$ 15.544,12
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	\$ 358,00	\$ 375,90	\$ 394,70	\$ 414,43	\$ 435,15
TOTAL GASTOS VENTAS	\$ 358,00	\$ 375,90	\$ 394,70	\$ 414,43	\$ 435,15
GASTOS FINANCIEROS					
Interés Préstamo	\$ 550,14	\$ 452,77	\$ 343,24	\$ 220,02	\$ 81,42
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 550,14	\$ 452,77	\$ 343,24	\$ 220,02	\$ 81,42
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 35.983,94	\$ 39.068,46	\$ 44.380,19	\$ 56.544,08	\$ 59.783,18

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Con la realización de los presupuestos tanto de ingresos como de egresos se puede observar que existe una utilidad de \$18352.20 en el primer año por lo que se determina una adecuada utilización de los recursos y manejo de los costos que intervienen tanto en la administración como en el proceso de producción del producto, para los demás años se obtiene valores aun más positivos lo que resulta un panorama alentador para el proyecto a futuro.

4.5 Punto de Equilibrio

Douglas R. Emery, Pág. 387 dice que: Término de contabilidad que se define como el punto en que el margen de contribución total es igual al costo fijo total de producir un producto o servicio. En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales y las utilidades son cero. (Douglas R. Emery, 2000)

El punto de equilibrio nos ayuda a determinar cuál es el punto neutro donde los ingresos son equivalentes a los egresos, no existe utilidad. Tanto en número de bolsos de doble estilo como el nivel de ingresos son necesarios para no tener una pérdida o ganancia.

4. 5.1 Costos Fijos de Producción

Los costos fijos de producción son aquellos que intervienen en el proceso de producción, siendo los que no pueden cambiar a pesar de las unidades producidas así como el nivel de ventas, estos costos pueden llegar a variar en el caso de que aumente o disminuya la capacidad de producción. En otras palabras deje o no de producir la microempresa estos costos siempre estarán presentes.

Cuadro N° 60: Costos fijos de producción

Costos Fijos	
Equipos de Protección	\$ 95,00
Depreciación Área de Producción	\$ 313,00
Depreciación Área Admin.	\$ 562,40
Sueldos Administrativos	\$ 6.301,20
Suministros de Oficina	\$ 359,20
Servicios Básicos Admin.	\$ 446,72
Gastos de Constitución	\$ 366,00
Arriendo	\$ 3.000,00
Publicidad	\$ 358,00
Interés Préstamo	\$ 550,14
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 12.351,66

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

4.5.2 Costos Variables de Producción

Los costos variables de producción son aquellos que varían según el nivel de producción o cantidad de unidades producidas, así por ejemplo son: materia prima, materiales directos, entre otros.

Cuadro N° 61: Costos variables de producción

Costos Variables	
Mano de Obra Directa	\$ 10.149,29
Materia Prima	\$ 11.216,00
Materiales Directos	\$ 1.187,32
Materiales Indirectos	\$ 904,00
Servicios Básicos Producción	\$ 175,68
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 23.632,29

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Una vez determinados los costos fijos y variables se procede al cálculo del punto de equilibrio donde se ubica el punto neutro de no ganancia ni pérdida, se calcula el valor cuanto monetario como en unidades con la siguiente fórmula:

$$PE \$ = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

PE \$ = Punto de Equilibrio en dólares

CFT = Costos Fijos Totales

CVT = Costos Variables Totales

VT = Ventas Totales

$$PE \$ = \frac{12.351,66}{1 - \frac{23.632,29}{54.314,45}}$$

$$PE \$ = 21.859$$

Al reemplazar en la formula podemos obtener que el punto de equilibrio en dólares es de 21.815 dólares.

$$PE U = \frac{CFT * UNID. PROD.}{VT - CVT}$$

En donde:

PE U = Punto de equilibrio en unidades

CFT = Costos Fijos Totales

Unid. Prod. = Unidades Producidas

VT = Ventas Totales

CVT = Costos Variables Totales

$$PE U = \frac{12.351,66 * 2280}{54.314,45 - 23.632,29}$$

$$PE U = 917 \text{ unid.}$$

Al reemplazar en la formula podemos obtener que el punto de equilibrio en unidades es de 916 unidades a producir y vender.

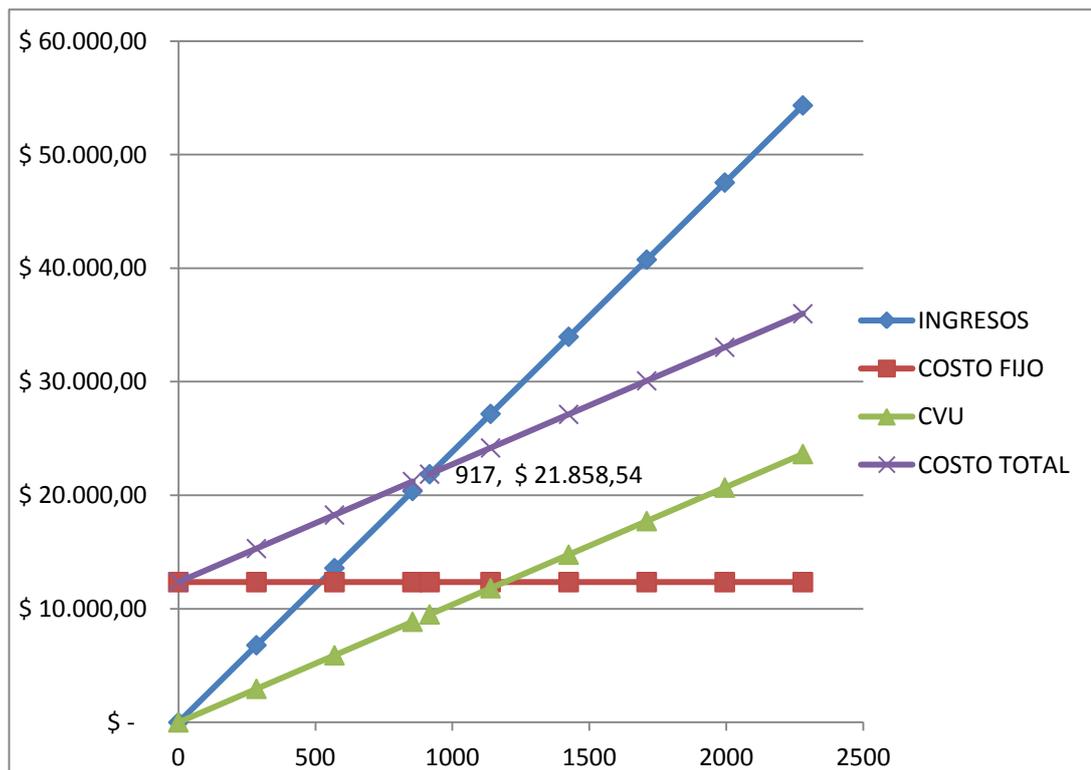
Cuadro N° 62: Punto de Equilibrio

UNIDADES	CVU	COSTO FIJO	COTO TOTAL	INGRESOS	COSTO VARIABLE UNITARIO
0	\$ -	\$ 12.351,66	\$ 12.351,66	\$ -	10,37
285	\$ 2.954,04	\$ 12.351,66	\$ 15.305,69	\$ 6.792,02	10,37
570	\$ 5.908,07	\$ 12.351,66	\$ 18.259,73	\$ 13.584,04	10,37
855	\$ 8.862,11	\$ 12.351,66	\$ 21.213,76	\$ 20.376,06	10,37
917	\$ 9.506,88	\$ 12.351,66	\$ 21.858,54	\$ 21.858,54	10,37
1140	\$ 11.816,14	\$ 12.351,66	\$ 24.167,80	\$ 27.168,07	10,37
1425	\$ 14.770,18	\$ 12.351,66	\$ 27.121,84	\$ 33.960,09	10,37
1710	\$ 17.724,22	\$ 12.351,66	\$ 30.075,87	\$ 40.752,11	10,37
1995	\$ 20.678,25	\$ 12.351,66	\$ 33.029,91	\$ 47.544,13	10,37
2280	\$ 23.632,29	\$ 12.351,66	\$ 35.983,94	\$ 54.336,15	10,37

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Grafico N° 31: Punto de Equilibrio



Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

4.6 Capital de Trabajo

Son los costos de producción: fijos y variables para los proyectos industriales o manufactureros), además de los gastos: administrativos, de ventas y financieros; necesarios para el desarrollo del proceso de producción del bien o servicio, pero que se realizan antes de iniciar las operaciones normales del proyecto. (Davila, 2010)

El capital de trabajo es el dinero a utilizar en el proyecto antes de iniciar las actividades de la microempresa y está calculado trimestralmente de manera que permita tener una idea clara de los costos a cubrir:

Cuadro N° 63: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL	
DETALLE	VALOR
Costos Directos	
Materia Prima Directa	\$ 2.804,00
Materiales Directos	\$ 296,83
Mano de Obra Directa	\$ 2.537,32
TOTAL COSTOS	\$ 5.638,15
Costos Indirectos	
Materia Prima Indirecta	\$ 280,00
Equipos de Protección	\$ 95,00
Servicios Básicos de Producción	\$ 43,92
TOTAL COSTOS	\$ 418,92
Gastos Administrativos	
Sueldos	\$ 1.575,30
Suministros de Oficina	\$ 151,00
Servicios Básicos de Administración	\$ 111,68
Arriendo	\$ 750,00
Gastos de Constitución	\$ 366,00
TOTAL GASTOS	\$ 2.953,98
Gastos de Ventas	
Publicidad	\$ 277,00
TOTAL GASTOS VENTAS	\$ 277,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 9.288,05

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

4.6.1 Sueldos

Cuadro N° 64: Sueldos

ROL DE PAGO 1er AÑO										TOTAL SUELDO TRIMESTRAL
CARGO	N°	Sueldo Mensual	Total sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Vacaciones	TOTAL UNIFICADO	Total Anual	
ADMINISTRACION										
Administrador - Vendedor	1	400	400	33,33	26,50	48,6	16,67	525,10	6301,20	1575,3
MANO DE OBRA DIRECTA										
Operarios	2	318	636	53,00	53,00	77,27	26,50	845,77	10149,29	2537,32
TOTAL	3	718	1036	86,33	79,5	125,87	43,17	1370,87	16450,49	4112,622

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

La mano de obra se compone de 3 personas, una persona se encuentra a cargo de la administración y venta del producto mientras que las dos personas siguientes se encuentran a cargo de la producción de los bolsos de doble estilo considerando los derechos de ley, así como los insumos y maquinarias que son necesarios para el desarrollo de sus actividades dentro de la microempresa

Cuadro N° 65: Proyección de Sueldos

PROYECCION							
CARGO	N°	Sueldo Unificado (Mensual)	Sueldo Unificado (Anual)	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ADMINISTRACION							
Administrador - Vendedor	1	525,10	6301,20	7006,81	7315,04	7654,40	8032,58
MANO DE OBRA DIRECTA							
Operarios	2	845,77	10149,29	11110,82	11649,69	18596,96	19498,92
TOTAL	3	1370,87	16450,49	18117,63	18964,74	26251,37	27531,50

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

En la proyección de los sueldos se puede observar que a partir del segundo año los empleados contarán con los beneficios de ley como es el fondo de reserva, así como el incremento del sueldo en base a la tasa de inflación del 5% en promedio en consideración de años anteriores.

4.7 Financiamiento de costos e inversión

El financiamiento de los costos e inversión está constituido por los recursos propios y recursos ajenos; los cuales permiten mantener un capital o patrimonio junto con deuda por lo que se puede definir que la estructura de capital es la siguiente:

Cuadro N° 66: Estructura de Capital

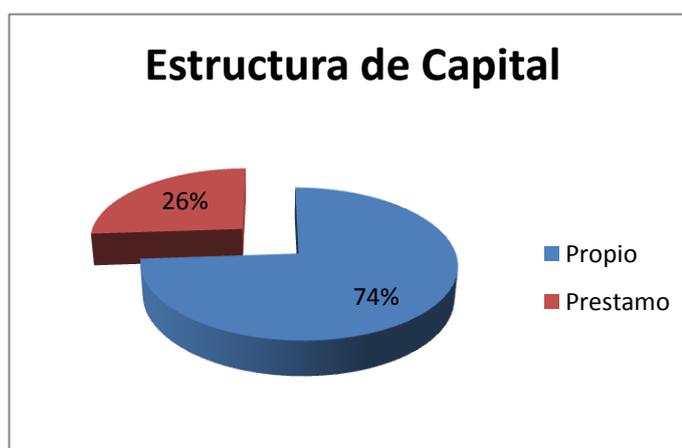
ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Capital	Valor	Porcentaje
Propio	\$ 14.177,04	0,74
Préstamo	\$ 5.000,00	0,26
Total	\$ 19.177,04	100,00

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Se puede observar el proyecto es financiado en un 74% por capital propio, esto se debe a que al ser un negocio pequeño para iniciar con las actividades cuenta con los recursos propios necesarios, contando solo con un 26% a través de un préstamo.

Grafico N° 32: Estructura de Capital



Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

El préstamo que se adquiere corresponde a la Corporación Financiera Nacional (CFN) con un valor de 5000 dólares, 5 años plazo con un interés del 11,83%. Según la Superintendencia de Bancos esta es la tasa expuesta.

La amortización del valor del préstamo se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 67: Tabla de Amortización de Préstamo

DATOS				
Crédito	5000			
Tiempo	60 meses			
Tasa de Interés (anual)	11,83%			
Pago cuota (mensual)	\$ 110,79			
TABLA DE AMORTIZACION				
PERIODO	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA	SALDO
1	\$ 61,50	\$ 49,29	\$ 110,79	\$ 4.938,50
2	\$ 62,11	\$ 48,69	\$ 110,79	\$ 4.876,39
3	\$ 62,72	\$ 48,07	\$ 110,79	\$ 4.813,67
4	\$ 63,34	\$ 47,45	\$ 110,79	\$ 4.750,33
5	\$ 63,96	\$ 46,83	\$ 110,79	\$ 4.686,37
6	\$ 64,59	\$ 46,20	\$ 110,79	\$ 4.621,78
7	\$ 65,23	\$ 45,56	\$ 110,79	\$ 4.556,55
8	\$ 65,87	\$ 44,92	\$ 110,79	\$ 4.490,67
9	\$ 66,52	\$ 44,27	\$ 110,79	\$ 4.424,15
10	\$ 67,18	\$ 43,61	\$ 110,79	\$ 4.356,97
11	\$ 67,84	\$ 42,95	\$ 110,79	\$ 4.289,13
12	\$ 68,51	\$ 42,28	\$ 110,79	\$ 4.220,62
13	\$ 69,18	\$ 41,61	\$ 110,79	\$ 4.151,44
14	\$ 69,87	\$ 40,93	\$ 110,79	\$ 4.081,57
15	\$ 70,56	\$ 40,24	\$ 110,79	\$ 4.011,01
16	\$ 71,25	\$ 39,54	\$ 110,79	\$ 3.939,76
17	\$ 71,95	\$ 38,84	\$ 110,79	\$ 3.867,81
18	\$ 72,66	\$ 38,13	\$ 110,79	\$ 3.795,15
19	\$ 73,38	\$ 37,41	\$ 110,79	\$ 3.721,77
20	\$ 74,10	\$ 36,69	\$ 110,79	\$ 3.647,66
21	\$ 74,83	\$ 35,96	\$ 110,79	\$ 3.572,83
22	\$ 75,57	\$ 35,22	\$ 110,79	\$ 3.497,26
23	\$ 76,32	\$ 34,48	\$ 110,79	\$ 3.420,94
24	\$ 77,07	\$ 33,72	\$ 110,79	\$ 3.343,87
25	\$ 77,83	\$ 32,97	\$ 110,79	\$ 3.266,05
26	\$ 78,60	\$ 32,20	\$ 110,79	\$ 3.187,45
27	\$ 79,37	\$ 31,42	\$ 110,79	\$ 3.108,08
28	\$ 80,15	\$ 30,64	\$ 110,79	\$ 3.027,93
29	\$ 80,94	\$ 29,85	\$ 110,79	\$ 2.946,99
30	\$ 81,74	\$ 29,05	\$ 110,79	\$ 2.865,24
31	\$ 82,55	\$ 28,25	\$ 110,79	\$ 2.782,70
32	\$ 83,36	\$ 27,43	\$ 110,79	\$ 2.699,34
33	\$ 84,18	\$ 26,61	\$ 110,79	\$ 2.615,16

34	\$ 85,01	\$ 25,78	\$ 110,79	\$ 2.530,14
35	\$ 85,85	\$ 24,94	\$ 110,79	\$ 2.444,29
36	\$ 86,70	\$ 24,10	\$ 110,79	\$ 2.357,60
37	\$ 87,55	\$ 23,24	\$ 110,79	\$ 2.270,05
38	\$ 88,41	\$ 22,38	\$ 110,79	\$ 2.181,63
39	\$ 89,29	\$ 21,51	\$ 110,79	\$ 2.092,35
40	\$ 90,17	\$ 20,63	\$ 110,79	\$ 2.002,18
41	\$ 91,06	\$ 19,74	\$ 110,79	\$ 1.911,12
42	\$ 91,95	\$ 18,84	\$ 110,79	\$ 1.819,17
43	\$ 92,86	\$ 17,93	\$ 110,79	\$ 1.726,31
44	\$ 93,77	\$ 17,02	\$ 110,79	\$ 1.632,54
45	\$ 94,70	\$ 16,09	\$ 110,79	\$ 1.537,84
46	\$ 95,63	\$ 15,16	\$ 110,79	\$ 1.442,21
47	\$ 96,58	\$ 14,22	\$ 110,79	\$ 1.345,63
48	\$ 97,53	\$ 13,27	\$ 110,79	\$ 1.248,10
49	\$ 98,49	\$ 12,30	\$ 110,79	\$ 1.149,61
50	\$ 99,46	\$ 11,33	\$ 110,79	\$ 1.050,15
51	\$ 100,44	\$ 10,35	\$ 110,79	\$ 949,71
52	\$ 101,43	\$ 9,36	\$ 110,79	\$ 848,28
53	\$ 102,43	\$ 8,36	\$ 110,79	\$ 745,85
54	\$ 103,44	\$ 7,35	\$ 110,79	\$ 642,41
55	\$ 104,46	\$ 6,33	\$ 110,79	\$ 537,95
56	\$ 105,49	\$ 5,30	\$ 110,79	\$ 432,46
57	\$ 106,53	\$ 4,26	\$ 110,79	\$ 325,93
58	\$ 107,58	\$ 3,21	\$ 110,79	\$ 218,35
59	\$ 108,64	\$ 2,15	\$ 110,79	\$ 109,71
60	\$ 109,71	\$ 1,08	\$ 110,79	(\$ 0,00)

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

4.8 Estados Financieros

Es importante establecer los estados financieros proyectados al primer año de vida del proyecto; ya que estos nos dan a conocer la situación económica y financiera de la empresa. El tener el resumen del ciclo contable, facilita la toma de decisiones para evaluar si los recursos son debidamente utilizados en el transcurso de la actividad productiva y administrativa de la microempresa.

4.8.1 Balance de Situación Inicial

El balance de situación inicial es una herramienta donde se puede describir los activos, pasivos y patrimonio con los cuales cuenta una empresa al momento de empezar sus actividades.

A través del siguiente cuadro se podrá observar los recursos de MALAY STYLE con los que iniciará sus actividades:

Cuadro N° 68: Balance de Situación Inicial

MALAY STYLE			
BALANCE INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente			
Bancos	\$ 9.288,05	Pasivo Mediano Plazo	\$ 5.000,00
Activo Fijo		Préstamo	\$ 5.000,00
Equipo de Computación	\$ 584,99		
Muebles y Enseres	\$ 1.578,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 2.350,00		
Equipo de Oficina	\$ 376,00		
Adecuaciones	\$ 5.000,00		
		TOTAL PASIVO	
		PATRIMONIO	
		Capital Social	\$ 14.177,04
		TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS	\$ 19.177,04	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 19.177,04

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Se puede observar que para el desarrollo del proyecto se contará con un total de activos de \$1.9177, 04, de igual manera se cuenta con capital de \$14.177,04 y el valor de préstamo que equipará el cuadro del balance general, que se muestra positivo para el desarrollo de actividades sin contar con las utilidades que se presentarán en posteriores años.

4.8.2 Estado de Resultados

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es un informe el cual muestra el resumen de actividades realizadas en un periodo determinado, las cuentas que lo componen de forma ordenada son los ingresos, costos y gastos con el fin de determinar la ganancia o pérdida obtenida o se espera obtener al final del periodo.

Este informe es importante ya que al obtener resultados de las actividades se aplica un análisis financiero que permite la toma de decisiones para el futuro de la microempresa.

Cuadro N° 69: Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 54.336,15	\$ 57.052,95	\$ 71.886,72	\$ 88.061,24	\$ 92.464,30
(-)Costo de Ventas	\$ 24.040,29	\$ 26.038,53	\$ 30.370,56	\$ 41.526,37	\$ 43.722,49
Materia Prima	\$ 11.216,00	\$ 11.776,80	\$ 14.838,77	\$ 18.177,49	\$ 19.086,37
Materiales Directos	\$ 1.187,32	\$ 1.262,32	\$ 1.482,35	\$ 1.763,99	\$ 1.799,27
Mano de Obra Directa	\$ 10.149,29	\$ 11.110,82	\$ 11.649,69	\$ 18.596,96	\$ 19.498,92
CIF	\$ 1.487,68	\$ 1.888,59	\$ 2.399,75	\$ 2.987,92	\$ 3.337,94
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 30.295,86	\$ 31.014,43	\$ 41.516,17	\$ 46.534,87	\$ 48.741,80
(-)GASTOS OPERACIONALES	\$ 11.943,66	\$ 13.029,93	\$ 14.009,64	\$ 15.017,71	\$ 16.060,69
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11.035,52	\$ 12.201,26	\$ 13.271,70	\$ 14.383,26	\$ 15.544,12
Sueldos	\$ 6.301,20	\$ 7.006,81	\$ 7.315,04	\$ 7.654,40	\$ 8.032,58
Suministros de Oficina	\$ 359,20	\$ 377,16	\$ 396,02	\$ 415,82	\$ 436,61
Servicios Básicos Admin.	\$ 446,72	\$ 469,06	\$ 492,51	\$ 517,13	\$ 542,99
Depreciación Área Admin.	\$ 562,40	\$ 1.124,79	\$ 1.687,19	\$ 2.249,59	\$ 2.811,98
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Gastos de Constitución	\$ 366,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ -	\$ 73,44	\$ 73,44	\$ 73,44	\$ 73,44
GASTOS DE VENTAS	\$ 358,00	\$ 375,90	\$ 394,70	\$ 414,43	\$ 435,15
Publicidad	\$ 358,00	\$ 375,90	\$ 394,70	\$ 414,43	\$ 435,15
GASTOS FINANCIEROS	\$ 550,14	\$ 452,77	\$ 343,24	\$ 220,02	\$ 81,42
Interés	\$ 550,14	\$ 452,77	\$ 343,24	\$ 220,02	\$ 81,42
(=)UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$ 18.352,20	\$ 17.984,50	\$ 27.506,53	\$ 31.517,16	\$ 32.681,12
(-) 15% Part. Trabajadores	\$ 2.752,83	\$ 2.697,67	\$ 4.125,98	\$ 4.727,57	\$ 4.902,17
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.599,37	\$ 15.286,82	\$ 23.380,55	\$ 26.789,58	\$ 27.778,95
(-) 22% IMP. A la Renta	\$ 3.431,86	\$ 3.363,10	\$ 5.143,72	\$ 5.893,71	\$ 6.111,37
(=)UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$ 12.167,51	\$ 11.923,72	\$ 18.236,83	\$ 20.895,88	\$ 21.667,58
(-)5% RESERVA LEGAL	\$ 608,38	\$ 596,19	\$ 911,84	\$ 1.044,79	\$ 1.083,38
(=)UTILIDAD NETA	\$ 11.559,14	\$ 11.327,54	\$ 17.324,99	\$ 19.851,08	\$ 20.584,20

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

El estado de resultados nos muestra que la utilidad obtenida el primer año es de 30.274,16 permitiendo cubrir los gastos administrativos, de ventas y financieros que dan un total de 12.281,08, aparte de estos costos de debe considerar la participación del 15% y el 22% de impuesto a la renta dando como ganancia o utilidad neta seguido por el 5% de reserva legal que es de 608,60 el primer año obteniendo una utilidad neta de 11.559,14

Se continúa el análisis con la debida proyección de 5 años obteniendo resultados positivos y una utilidad neta razonable para la continuación del proyecto.

4.8.3 Flujos de Fondos

Los flujos de fondos de un proyecto es un informe financiero contable que muestra información sobre los flujos de ingresos y salidas de efectivo de una empresa durante un período de tiempo.

“La proyección del flujo constituye uno de los elementos importantes en el estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinan en ella”. (SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos)

Los flujos de fondos pueden establecerse de dos maneras:

- Flujo de Fondos sin financiamiento o del inversionista: es aquel donde se registra el crédito adquirido como inversión inicial dando como resultado negativo el primer año.
- Flujo de Fondos con financiamiento o del proyecto: es aquel donde se registra todos los ingresos y costos incurridos en el año, descartando todo lo referente al crédito incluida a la amortización que lo detalla.

Cuadro N° 70: Flujo de Fondos con Financiamiento

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		\$ 54.336,15	\$ 57.052,95	\$ 71.886,72	\$ 88.061,24	\$ 92.464,30
(-)COSTO DE VENTAS		\$ 24.040,29	\$ 26.038,53	\$ 30.370,56	\$ 41.526,37	\$ 43.722,49
Materia Prima		\$ 11.216,00	\$ 11.776,80	\$ 14.838,77	\$ 18.177,49	\$ 19.086,37
Materiales Directos		\$ 1.187,32	\$ 1.262,32	\$ 1.482,35	\$ 1.763,99	\$ 1.799,27
Mano de Obra Directa		\$ 10.149,29	\$ 11.110,82	\$ 11.649,69	\$ 18.596,96	\$ 19.498,92
CIF		\$ 1.487,68	\$ 1.888,59	\$ 2.399,75	\$ 2.987,92	\$ 3.337,94
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 11.035,52	\$ 12.201,26	\$ 13.271,70	\$ 14.383,26	\$ 15.544,12
(-)GASTOS DE CONSTITUCION		\$ 366,00	0	0	0	0
(-)DEPRECIACION		\$ 875,40	\$ 1.750,79	\$ 2.626,19	\$ 3.501,59	\$ 4.376,98
(-)GASTO DE VENTAS		\$ 358,00	\$ 375,90	\$ 394,70	\$ 414,43	\$ 435,15
(-)GASTOS FINANCIEROS		\$ 550,14	\$ 452,77	\$ 343,24	\$ 220,02	\$ 81,42
(=)UTILID. ANTES PARTICIPACION		\$ 17.110,81	\$ 16.233,70	\$ 24.880,34	\$ 28.015,57	\$ 28.304,13
(-) 15% Participación Trabaj.		\$ 2.566,62	\$ 2.435,06	\$ 3.732,05	\$ 4.202,34	\$ 4.245,62
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 14.544,19	\$ 13.798,65	\$ 21.148,29	\$ 23.813,24	\$ 24.058,51
(-) 22% IMP. RENTA		\$ 3.199,72	\$ 3.035,70	\$ 4.652,62	\$ 5.238,91	\$ 5.292,87
(=) UTILIDAD NETA		\$ 11.344,46	\$ 10.762,95	\$ 16.495,67	\$ 18.574,32	\$ 18.765,64
(+) DEPRECIACIONES		\$ 875,40	\$ 1.750,79	\$ 2.626,19	\$ 3.501,59	\$ 4.376,98
(=) FLUJO GENERADO		\$ 12.219,86	\$ 12.513,74	\$ 19.121,86	\$ 22.075,91	\$ 23.142,62
(-) INVERSION ACTIVOS FIJOS	\$ (9.888,99)					
(-) INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ (9.288,05)					
(+) Préstamo	5000					
(-) Amortización		(\$ 779,38)	(\$ 876,75)	(\$ 986,28)	(\$ 1.109,49)	(\$ 1.248,10)
(+) Recup. Capital de Trabajo						\$ 9.288,05
(=) FLUJO DE CAJA GENERADO	\$ (14.177,04)	\$ 11.440,48	\$ 11.636,99	\$ 18.135,58	\$ 20.966,42	\$ 31.182,57

Elaborado por: Patricia Santillán

Cuadro N° 71: Flujo de Fondos sin Financiamiento

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		\$ 54.336,15	\$ 57.052,95	\$ 71.886,72	\$ 88.061,24	\$ 92.464,30
(-)COSTO DE VENTAS		\$ 24.040,29	\$ 26.038,53	\$ 30.370,56	\$ 41.526,37	\$ 43.722,49
Materia Prima		\$ 11.216,00	\$ 11.776,80	\$ 14.838,77	\$ 18.177,49	\$ 19.086,37
Materiales Directos		\$ 1.187,32	\$ 1.262,32	\$ 1.482,35	\$ 1.763,99	\$ 1.799,27
Mano de Obra Directa		\$ 10.149,29	\$ 11.110,82	\$ 11.649,69	\$ 18.596,96	\$ 19.498,92
CIF		\$ 1.487,68	\$ 1.888,59	\$ 2.399,75	\$ 2.987,92	\$ 3.337,94
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 11.035,52	\$ 12.201,26	\$ 13.271,70	\$ 14.383,26	\$ 15.544,12
(-)GASTOS DE CONSTITUCION		\$ 366,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)DEPRECIACION		\$ 875,40	\$ 1.750,79	\$ 2.626,19	\$ 3.501,59	\$ 4.376,98
(-)GASTO DE VENTAS		\$ 358,00	\$ 375,90	\$ 394,70	\$ 414,43	\$ 435,15
(=)UTILID. ANTES DE PARTICIPACION		\$ 17.660,95	\$ 16.686,48	\$ 25.223,58	\$ 28.235,60	\$ 28.385,55
(-) 15% Participacion Trabaj.		\$ 2.649,14	\$ 2.502,97	\$ 3.783,54	\$ 4.235,34	\$ 4.257,83
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 15.011,80	\$ 14.183,50	\$ 21.440,04	\$ 24.000,26	\$ 24.127,72
(-) 22% IMP. RENTA		\$ 3.302,60	\$ 3.120,37	\$ 4.716,81	\$ 5.280,06	\$ 5.308,10
(=) UTILIDAD NETA		\$ 11.709,21	\$ 11.063,13	\$ 16.723,23	\$ 18.720,20	\$ 18.819,62
(+) DEPRECIACIONES		\$ 875,40	\$ 1.750,79	\$ 2.626,19	\$ 3.501,59	\$ 4.376,98
(=) FLUJO GENERADO		\$ 12.584,60	\$ 12.813,93	\$ 19.349,42	\$ 22.221,79	\$ 23.196,60
(-) INVERSION ACTIVOS FIJOS	\$ (9.888,99)					
(-) INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ (9.288,05)					
(+) Recup. Capital de Trabajo						\$ 9.288,05
(=) FLUJO DE CAJA GENERADO	\$ (19.177,04)	\$ 12.584,60	\$ 12.813,93	\$ 19.349,42	\$ 22.221,79	\$ 32.484,65

Elaborado por: Patricia Santillán

4.8.4 Balance de Situación Inicial Proyectado

El balance de situación inicial proyectado nos ayudará a visualizar las diferentes variaciones de las cuentas que intervienen en el proceso de desarrollo de las actividades, considerando el periodo de 5 años para determinar el progreso de la microempresa.

A partir del segundo año se puede ver que en los pasivos aparece el 15% de participación a los trabajadores, el 22% de impuesto a la renta y el 5% de reserva legal que conjuntamente pasan a ser un pasivo corriente que varía en el transcurso del periodo a considerar.

En la cuenta del patrimonio a parte del capital social aparece la utilidad del ejercicio en el segundo año así como la utilidad no distribuida a partir del tercer año generando una variación considerable con respecto al total del balance al final del periodo.

Cuadro N° 72: Balance de Situación Inicial Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
Bancos	\$ 9.288,05	\$ 27.317,92	\$ 38.944,71	\$ 59.984,58	\$ 81.702,93	\$ 103.095,05
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de Computación	\$ 584,99	\$ 584,99	\$ 584,99	\$ 584,99	\$ 584,99	\$ 584,99
Muebles y Enseres	\$ 1.578,00	\$ 1.578,00	\$ 1.578,00	\$ 1.578,00	\$ 1.578,00	\$ 1.578,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00
Equipo de Oficina	\$ 376,00	\$ 376,00	\$ 376,00	\$ 376,00	\$ 376,00	\$ 376,00
Adecuaciones	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (875,40)	\$ (1.750,79)	\$ (2.626,19)	\$ (3.501,59)	\$ (4.376,98)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 9.888,99	\$ 9.013,59	\$ 8.138,20	\$ 7.262,80	\$ 6.387,40	\$ 5.512,01
TOTAL ACTIVOS	\$ 19.177,04	\$ 36.331,52	\$ 47.082,91	\$ 67.247,38	\$ 88.090,33	\$ 108.607,05
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Particip. Trabajadores x P	\$ -	\$ 2.566,62	\$ 2.435,06	\$ 3.732,05	\$ 4.202,34	\$ 4.245,62
Imp. A la Renta x P	\$ -	\$ 3.199,72	\$ 3.035,70	\$ 4.652,62	\$ 5.238,91	\$ 5.292,87
PASIVOS NO CORRIENTE						
Préstamo x Pagar	\$ 5.000,00	\$ 4.220,62	\$ 3.343,87	\$ 2.357,60	\$ 1.248,10	(\$ 0,00)
TOTAL PASIVOS	\$ 5.000,00	\$ 9.986,96	\$ 8.814,63	\$ 10.742,27	\$ 10.689,35	\$ 9.538,49
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 14.177,04	\$ 14.177,04	\$ 14.177,04	\$ 14.177,04	\$ 14.177,04	\$ 14.177,04
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 11.559,14	\$ 11.327,54	\$ 17.324,99	\$ 19.851,08	\$ 20.584,20

Utilidad no Distribuida	\$ -	\$ -	\$ 11.559,14	\$ 22.886,67	\$ 40.211,66	\$ 60.062,74
5% Reserva Legal	\$ -	\$ 608,38	\$ 1.204,56	\$ 2.116,40	\$ 3.161,20	\$ 4.244,58
TOTAL PATRIMONIO	\$ 14.177,04	\$ 26.344,55	\$ 38.268,27	\$ 56.505,11	\$ 77.400,98	\$ 99.068,56
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 19.177,04	\$ 36.331,52	\$ 47.082,91	\$ 67.247,38	\$ 88.090,33	\$ 108.607,05

Elaborado por: Patricia Santillán

4.9 Evaluación Financiera

“La evaluación financiera y económica del proyecto integra los resultados de todos los otros componentes del estudio para permitir la determinación de su viabilidad. La profundidad con la que se analizaron los factores que afectan los beneficios y costos del proyecto y el gran grado de integración de los distintos componentes del estudio hacen que sea mayor la confiabilidad de los resultados de la evaluación del proyecto.” (Evaluación Económica y financiera, 2009).

Por lo tanto es importante considerar que en el momento que una empresa empieza sus actividades se debe realizar el análisis sobre los riesgos, beneficios y ganancias que se presenten a lo largo de vida del proyecto. Para ello se cuenta con herramientas e indicadores que ayudan a determinar la viabilidad y efectividad del proyecto considerando también los indicadores económicos con los cuales se desarrolló la investigación.

Los indicadores a utilizar para la evaluación financiera son aquellos que se toman en cuenta el valor del dinero en tiempo y son los siguientes:

- VAN (Valor actual neto).
- TIR (Tasa interna de retorno).
- R B/C (Relación Beneficio-Costo).
- P R/C (Periodo de recuperación de capital con flujos actualizados).

4.9.1 La Tasa Mínima aceptable de Rendimiento o Tasa de Actualización

Davila, Byron Lara, Pág. 245 dice que: Es aquella tasa a la que debe retornar la inversión, esto implica que tasas de rendimiento menores a las preestablecidas para el retorno de dicha inversión no podrán ser tomadas en cuenta. (Davila, 2010).

La TMAR es una tasa de actualización de los flujos generados por el proyecto tomando en cuenta el periodo de cumplimiento, considerando que los flujos son a futuro y se deben traer a valor presente para que se pueda comparar con la inversión y determinar si se obtiene o no una ganancia o rentabilidad.

La fórmula para el cálculo de la TMAR sin financiamiento es la siguiente:

TMAR SIN FINANCIAMIENTO	
RIESGO PAIS	8,10
TASA DE INFLACION	5,02
TASA PASIVA EFECTIVA	4,53
TMAR	17,65

$$TMAR \frac{S}{F} = Tasa\ de\ Inflacion + Tasa\ Psiva\ Efectiva + Riesgo\ País$$

$$TMAR \frac{S}{F} = 5,02 + 4,53 + 8,10$$

$$TMAR \frac{S}{F} = 17,65$$

La fórmula para el cálculo de la TMAR con financiamiento es la siguiente:

TMAR CON FINANCIAMIENTO	
% FINANCIADO	0,26
% CAP. PROPIO	0,74
TASA DE DEUDA	0,1183
TMAR SIN FINANC.	17,65
TASA IMPOSITIVA	0,353
TMAR CON FINANC.	0,1504

$$TMAR \frac{C}{F} = ((\% \text{ de deuda})(tasa \text{ de deuda})(1 - tasa \text{ impositiva}) + (\% \text{ capital propio}) \left(TMAR \frac{S}{F} \right))$$

$$TMAR \frac{C}{F} = ((0,26)(0,1183)(1 - 0,353) + (0,74)(17,65))$$

$$TMAR \frac{C}{F} = 0,1504$$

4.9.2 Valor Actual Neto

El valor actual neto significa traer cantidades monetarias futuras al presente a su valor equivalente. En otras palabras el VAN es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos de caja de cada año, pero actualizados a una tasa referencial llamada TMAR o tasa de actualización.

El VAN tiene un criterio económico muy usado para la evaluación de proyectos de inversión el cual consiste en determinar la equivalencia del tiempo a 0 de los flujos de caja y comparar con la inversión inicial.

Los criterios a considerar para el cálculo del VAN son:

- Si el VAN > 0; Significa que la inversión produce ganancias por sobre la rentabilidad propuesta. (el proyecto se acepta).
- Si el VAN < 0; Significa que la inversión produce perdidas por debajo de la rentabilidad propuesta. (el proyecto se rechaza).
- Si el VAN = 0; Significa que la inversión no produce ni perdidas ni ganancias. (cubre la inversión).

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

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

Donde:

I = Inversión Inicial

FNF = Flujo Neto de Fondos

i = Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Cuadro N° 73: Valor actual neto sin financiamiento

VALOR ACTUAL SIN FINANCIAMIENTO		
AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR ACTUAL
0	\$ (19.177,04)	\$ (19.177,04)
1	\$ 12.584,60	\$ 10.696,65
2	\$ 12.813,93	\$ 9.257,60
3	\$ 19.349,42	\$ 11.882,07
4	\$ 22.221,79	\$ 11.598,75
5	\$ 32.484,65	\$ 14.411,81
	Σ	\$ 57.846,88
VALOR ACTUAL NETO		\$ 38.669,84

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

Cuadro N° 74: Valor actual neto con financiamiento

VALOR ACTUAL CON FINANCIAMIENTO		
AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR ACTUAL
0	\$ (14.177,04)	\$ (14.177,04)
1	\$ 11.440,48	\$ 9.944,46
2	\$ 11.636,99	\$ 8.792,55
3	\$ 18.135,58	\$ 11.910,83
4	\$ 20.966,42	\$ 11.969,39
5	\$ 31.182,57	\$ 15.473,79
	Σ	\$ 58.091,01
VALOR ACTUAL NETO		\$ 43.913,97

Elaborado por: Patricia Santillán

Fuente: Investigación Propia

4.9.3 Tasa Interna de Retorno

Diego Gómez Cáceres, Pág. 84 dice que: La TIR es la rentabilidad que se obtiene con el proyecto. Matemáticamente, la TIR es aquella tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero. Si el valor actual sale cero a una tasa de descuento, o TIR seleccionada, es porque la caja genera exactamente una rentabilidad anual, o un tipo de interés al que invertiríamos los fondos del proyecto igual a la tasa de descuento. (Diego Gómez Cáceres, 2001).

$$VAN = I - \frac{FNF_n}{(1 + TIR)^n}$$

Donde:

FNF = Flujo Neto de Fondos

I = Inversión Inicial

n = número de periodos

Los criterios a considerar para el cálculo del TIR son los siguientes:

- TIR = TMAR el proyecto es indiferente
- TIR > TMAR el proyecto es beneficio y aceptable para su ejecución
- TIR < TMAR el proyecto no es aceptable

Para determinar la TIR se deben utilizar las diferentes tasas que permitan que en VAN llegue al valor de cero; por lo que se concluye las siguientes tasas:

Cuadro N° 75: Tasa Interna de Retorno sin Financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO S/F		
AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR PRESENTE
0	\$ (19.177,04)	\$ (19.177,04)
1	\$ 12.584,60	\$ 7.166,47
2	\$ 12.813,93	\$ 4.155,41
3	\$ 19.349,42	\$ 3.573,26
4	\$ 22.221,79	\$ 2.336,91
5	\$ 32.484,65	\$ 1.945,39
VAN		\$ 0

Elaborado por: Patricia Santillán

Para que el VAN se haga cero la tasa interna de retorno sin financiamiento es de 75,60%. Lo que muestra que el proyecto es rentable.

Cuadro N° 76: Tasa Interna de Retorno con Financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO C/F		
AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR PRESENTE
0	\$ (14.177,04)	\$ (14.177,04)
1	\$ 11.440,48	\$ 5.914,01
2	\$ 11.636,99	\$ 3.109,69
3	\$ 18.135,58	\$ 2.505,22
4	\$ 20.966,42	\$ 1.497,19
5	\$ 31.182,57	\$ 1.151,07
VAN		\$ 0

Elaborado por: Patricia Santillán

Para que el VAN se haga cero la tasa interna de retorno con financiamiento es de 93,45%. Lo que muestra que el proyecto es rentable.

4.9.4 Relación Beneficio Costo

Es la relación entre los ingresos de efectivo actualizado del proyecto divididos para los egresos de efectivo actualizados incluyendo la inversión, Córdova Padilla en su libro “FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS”, dice: “la relación beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad” (Pág. 269).

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

Donde:

VAN Ingresos = VAN de ingresos a valor presente

VAN Egresos = VAN de egresos a valor presente

Los criterios a considerar para el cálculo del B/C son los siguientes:

- $B/C > 1$ se acepta el proyecto. Quiere decir que se gana más de lo que se invierte.
- $B/C < 1$ se rechaza el proyecto. Quiere decir que no se recupera lo invertido.
- $B/C = 1$ es indiferente el proyecto.

Cuadro N° 77: Relación Beneficio Costo sin Financiamiento

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum VP}{I.I.}$$
$$\frac{B}{C} = \frac{57.846,88}{14.177,04}$$
$$\frac{B}{C} = 3,02$$

Elaborado por: Patricia Santillán

Relación $B/C = 2,02$

Se entiende que por cada dólar invertido nos queda un beneficio de 2,02 centavos.

Cuadro N° 78: Relación Beneficio Costo con Financiamiento

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum VP}{I.I.}$$
$$\frac{B}{C} = \frac{58.091,01}{14.177,04}$$
$$\frac{B}{C} = 4,10$$

Elaborado por: Patricia Santillán

Relación $B/C = 3,10$

Se entiende que por cada dólar invertido nos queda un beneficio de 3,10 centavos.

4.9.5 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es una herramienta que nos permite determinar el tiempo que se requiere para que los flujos netos de fondos recuperen la inversión inicial, el mismo que es útil para medir la liquidez y el riesgo relativo permitiendo analizar los posibles eventos en un corto plazo.

El respectivo cálculo permite verificar la recuperación de la inversión inicial en valor presente tanto en días, meses y años respectivos.

La fórmula a utilizar para el cálculo del periodo de recuperación es la siguiente:

$$PRI = N - 1 + \left[\frac{(F.A)n - 1}{(F)n} \right]$$

Donde:

PRI = Periodo de Recuperación de Inversión

N = Año en el que flujo acumulado cambia de signo

(F.A)n-1 = Flujo de fondos acumulado en el año previo a N (Valor absoluto)

(F)n = Flujo Neto Fondos en el año N

Cuadro N° 79: Periodo de Recuperación de la Inversión (S/F)

PERIODO DE RECUPERACION (S/F)		
AÑOS	FLUJOS DESCONTADOS	FLUJO ACUMULADO
Inversion	\$ (19.177,04)	\$ (19.177,04)
1	\$ 10.696,65	\$ (29.873,69)
2	\$ 9.257,60	\$ (20.616,09)
3	\$ 11.882,07	\$ (8.734,01)
4	\$ 11.598,75	\$ 2.864,74
5	\$ 14.411,81	\$ 17.276,55

Elaborado por: Patricia Santillán

El resultado que se obtiene es 3,73505807 por lo que se concluye que el periodo de recuperación es la siguiente:

Años	Meses	Días
3	9	25

Cuadro N° 80: Periodo de Recuperación de la Inversión (C/F)

PERIODO DE RECUPERACION (C/F)		
AÑOS	FLUJOS DESCONTADOS	FLUJO ACUMULADO
Inversion	\$ (14.177,04)	\$ (14.177,04)
1	\$ 9.944,46	\$ (24.121,50)
2	\$ 8.792,55	\$ (15.328,96)
3	\$ 11.910,83	\$ (3.418,12)
4	\$ 11.969,39	\$ 8.551,26
5	\$ 15.473,79	\$ 24.025,05

Elaborado por: Patricia Santillán

El resultado que se obtiene es 3,28697601 por lo que se concluye que el periodo de recuperación es la siguiente:

Años	Meses	Días
3	3	13

CAPÍTULO V

EVALUACION SOCIAL Y AMBIENTAL

5.1 Beneficios e impactos sociales

Al realizar la evaluación ambiental se debe considerar la adecuada utilización de desechos que aparecen al momento de realizar alguna actividad económica o de manufactura debido a que uno de los artículos estipulados por la gestión ambiental con los cuales se deben manejar las empresas en general es:

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales. (CONELEC, 1999)

5.2 Impacto Ambiental

El ser humano es el principal factor de afectación al medio ambiente debido a que muchas veces para producir un nuevo producto no toman una medida adecuada de trata de desechos por el proceso productivo que se realiza debiendo plantear un análisis para mitigar los riesgos de afectación contra el medio ambiente.

Dentro de esta constitución se de considerar la evaluación a aplicar la cual comprende el siguiente artículo:

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 del 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. (CONELEC, 1999)

5.3 Remediación Ambiental

La remediación ambiental se aplica a través de medidas de mitigación que se aplicarán en la microempresa buscando el beneficio al contrarrestar el uso de insumos no tóxicos al momento de realizar la limpieza de los diferentes departamentos que conforman la microempresa, además de las siguientes medidas que se detallan a continuación:

- El personal cuenta con el debido equipo de protección para que puedan realizar con más tranquilidad y seguridad sus actividades de producción de los bolsos de doble estilo.
- Se realiza un debido mantenimiento de las máquinas a utilizar para que no emanen olores ni gases, por posibles fallas mecánicas que puedan afectar al personal que labora.
- Se cuenta con los debidos equipos de seguridad como son: el extintor y salida de emergencia, exigidos y aprobados por el cuerpo de bomberos. Contando con la debida señalización de los respectivos recursos con los que se cuenta.

CONCLUSIONES

- De acuerdo a la investigación de mercado en los sectores seleccionados existe la suficiente demanda insatisfecha para crear el negocio dedicado a comercializar el bolso de doble estilo, que es aceptado con el 89,49% por el segmento de mujeres de 15 a 25 años, sin descartar la posibilidad de que existan otros tipos de consumidores.
- Se observó que en el mercado objetivo existe gran aceptación de los bolsos de doble estilo debido a que este cumple con un diseño ergonómico, cómodo, organizado y que a su vez provee de dos productos en uno, con lo cual llena las expectativas del consumidor.
- La ubicación del local E46-3, estará ubicado en Carcelén, el cual es un punto estratégico debido a que posee ciertas características notables por ser una zona residencial, que cuentan con familias que tienen fácil poder de adquisición, vías de acceso apropiadas y cercanías a almacenes, escuelas, colegios, que permiten el desarrollo eficaz y eficiente del proyecto.
- La estructura del proyecto se adapta a las condiciones humanas y físicas que garantizan la ejecución apropiada de los procesos, normas y reglamentos determinadas para el correcto funcionamiento de MALAY STYLE.
- El estudio técnico determina el diseño estructural y los procesos productivos necesarios para que la operación del proyecto optimice los recursos productivos, reduciendo costos y minimizando pérdidas.
- La microempresa se basa conforme a la base legal y estructura funcional establecidas bajo el régimen de la Ley de Compañías que benefician tanto de la microempresa como al consumidor, permitiendo de esta manera estar acorde con el comportamiento del mercado.
- Una vez realizado el estudio y evaluación financiera se concluye que el proyecto es viable y rentable, ya que las herramientas para la toma de decisiones son favorables y garantizan una base sólida para que la microempresa se desarrolle.

RECOMENDACIONES

- Al realizar la investigación pertinente se recomienda poner en marcha el proyecto considerando el nivel de aceptación de acuerdo al estudio de mercado por ser un producto nuevo y acorde con las necesidades del mercado objetivo.
- Se debe ofrecer un producto de calidad con mejoramiento continuo para que no solamente cubra el sector donde se emprende el producto sino también promover una expansión y abarcar más espacios en el mercado.
- Se recomienda establecer alianzas estratégicas con acreedores y proveedores para poder garantizar la calidad del producto y expansión de la microempresa, para lograr una mayor participación en el mercado.
- Se recomienda continuamente evaluar y modificar las estrategias y políticas de marketing de acuerdo a las necesidades y tendencias del mercado para satisfacer a los clientes y ser mejores que la competencia.
- Generar el mayor uso de publicidad disponible (internet, catálogos, entre otros) para que los consumidores conozcan más sobre los beneficios que se obtiene al adquirir el bolso de doble estilo y de esta manera se incremente el nivel de consumo por parte de las mujeres.
- Promover la idea del pequeño empresario al dar paso a la creatividad de un nuevo producto considerando el desarrollo del país y generación de empleo, a través del aprecio al producto nacional.
- Procurar disminuir el impacto ambiental dando un buen trato a los desechos que se puedan producir en el proceso de producción, implementando planes de contingencia ante los desechos tóxicos.
- Mantener una tecnología actualizada y mano de obra especializada que permita un desarrollo continuo tanto para el producto como para la microempresa.

LISTA DE REFERENCIAS

- Academic. (2013). *Competencia Monopolística*. Obtenido de http://enciclopedia_universal.esacademic.com
- Charles W. Lamb, C. M. (2006). *Fundamentos de marketing*. Cengage Learning Editores.
- CONELEC. (30 de 07 de 1999). *LEY DE GESTION AMBIENTAL*. Obtenido de www.conelec.gob.ec
- Davila, B. L. (2010). *COMO ELABORAR PROYECTOS DE INVERSION PASO A PASO*. OSEAS ESPIN.
- Diego Gómez Cáceres, J. J. (2001). *FINANCIACION GLOBAL DE PROYECTOS*. ESIC Editorial.
- Douglas R. Emery, J. D. (2000). *Fundamentos de administración financiera*. Pearson Educación.
- Hargadon, B. J. (1996). *CONTABILIDAD DE COSTOS. NORMA*.
- Jose Luis Belío, A. S. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca: cómo afrontar una guerra de precios*. Madrid: Especial Directivos.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogota: Editora Guadalupe.
- Nogales, A. F. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. España: ESIC Editorial.
- Philip Kotler, G. A. (2003). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Education.
- Quintana, A. R. (2012). La historia del bolso. *AR. La revista de Ana Rosa Quintana* .
- Tovar, J. K. (2006). *Manual del Empresario Exitoso*. España- Barcelona: Editorial Oikos.

ANEXOS

Anexo N°1: Materia prima

MATERIA PRIMA TRIMESTRAL					
Materia Prima	Cant. de Bolsos	Cant. Materia Prima	Costo Unitario	Costo Total Trimestral	Costo Total Anual
Tela Jean	570	200	\$ 5,25	\$ 1.050,00	\$ 4.200,00
Tela de Cuero	570	200	\$ 5,20	\$ 1.040,00	\$ 4.160,00
Tela Gamuza	570	170	\$ 4,20	\$ 714,00	\$ 2.856,00
TOTAL				\$ 2.804,00	\$ 11.216,00

PROYECCION															
Materia Prima	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 Unitario	Costo Total	Cant. Anual	Costo Unitario	Costo Total	Cant. Anual	Costo Unitario	Costo Total
Tela Jean	800	\$ 5,25	\$4.200,00	800	\$ 5,51	\$ 4.410,00	960	\$ 5,79	\$ 5.556,60	1120	\$ 6,08	\$ 6.806,84	1120	\$ 6,38	\$ 7.147,18
Tela de Cuero	800	\$ 5,20	\$ 4.160,00	800	\$ 5,46	\$ 4.368,00	960	\$ 5,73	\$ 5.503,68	1120	\$ 6,02	\$ 6.742,01	1120	\$ 6,32	\$ 7.079,11
Tela Gamuza	680	\$ 4,20	\$ 2.856,00	680	\$ 4,41	\$ 2.998,80	816	\$ 4,63	\$ 3.778,49	952	\$ 4,86	\$ 4.628,65	952	\$ 5,11	\$4.860,08
TOTAL			\$11.216,00			\$11.776,80			\$14.838,77			\$18.177,49			\$19.086,37

Anexo N°2: Materiales Directos Trimestrales

MATERIALES DIRECTOS TRIMESTRALES					
Materiales Directos	Cant. De Bolsos	Cant. De Material	Costo Unitario	Costo Total Trimestral	Costo Total Anual
Velcro por metro	285	57	\$ 0,80	\$ 45,60	\$ 182,40
Cinta con logotipo	570	48	\$ 0,60	\$ 28,80	\$ 115,20
Cierres por metro	285	35	\$ 0,20	\$ 7,00	\$ 28,00
Parches c/u	570	285	\$ 0,15	\$ 42,75	\$ 171,00
Botones varios x funda	285	12	\$ 3,64	\$ 43,68	\$ 174,72
Hilo por conos	570	24	\$ 3,00	\$ 72,00	\$ 288,00
Broche magnetico c/u	285	285	\$ 0,20	\$ 57,00	\$ 228,00
TOTAL				\$ 296,83	\$ 1.187,32

PROYECCION															
Materiales Directos	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 Unitario	Costo Total	Cant. Anual	Costo Unitario	Costo Total	Cant. Anual	Costo Unitario	Costo Total
Velcro por metro	228,00	\$ 0,80	182,40	228,00	\$ 0,82	186,05	273,60	\$ 0,83	227,72	319,20	\$ 0,85	270,99	319,20	\$ 0,87	276,41
Cinta con logotipo	192,00	\$ 0,60	115,20	201,60	\$ 0,61	123,38	230,40	\$ 0,62	143,82	268,80	\$ 0,64	171,15	268,80	\$ 0,65	174,57
Cierres por metro	140,00	\$ 0,20	28,00	147,00	\$ 0,20	29,99	168,00	\$ 0,21	34,96	196,00	\$ 0,21	41,60	196,00	\$ 0,22	42,43
Parches c/u	1.140,00	\$ 0,15	171,00	1.197,00	\$ 0,15	183,14	1.368,00	\$ 0,16	213,49	1.596,00	\$ 0,16	254,05	1.596,00	\$ 0,16	259,13
Botones varios x funda	48,00	\$ 3,64	174,72	50,40	\$ 3,71	187,13	57,60	\$ 3,79	218,13	67,20	\$ 3,86	259,58	67,20	\$ 3,94	264,77
Hilo por conos	96,00	\$ 3,00	288,00	100,80	\$ 3,06	308,45	115,20	\$ 3,12	359,56	134,40	\$ 3,18	427,88	134,40	\$ 3,25	436,44
Broche magnetico c/u	1.140,00	\$ 0,20	228,00	1.197,00	\$ 0,20	244,19	1.368,00	\$ 0,21	284,65	1.596,00	\$ 0,21	338,74	1.596,00	\$ 0,22	345,51
TOTAL			1187,32			1262,32			1482,35			1763,99			1799,27

Anexo N°3: Materiales Indirectos Trimestrales

MATERIALES INDIRECTOS TRIMESTRALES				
Materiales Indirectos	Cant. Trimestral	Costo Unitario	Costo Total trimestral	Costo Total Anual
Tijeras n°14	2	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Tizas 10 unid.	2	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 40,00
Juego de reglas	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Cintas métricas	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Fundas para empaque	570	\$ 0,30	\$ 171,00	\$ 684,00
Agujas 10 unidades	10	\$ 2,00	\$ 20,00	\$ 80,00
Caja de Alfileres 100	10	\$ 0,70	\$ 7,00	\$ 28,00
TOTAL			\$ 280,00	\$ 904,00

PROYECCION															
MATERIALES INDIRECTOS	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 Unitario	Costo Total	Cant. Anual	Costo Unitario	Costo Total	Cant. Anual	Costo Unitario	Costo Total
Tijeras n°14	2	\$ 25,00	\$ 50,00	2	\$ 26,25	\$ 52,50	2	\$ 27,56	\$ 55,13	3	\$ 28,94	\$ 86,82	3	\$ 30,39	\$ 91,16
Tizas 10 unid.	8	\$ 5,00	\$ 40,00	8	\$ 5,10	\$ 40,80	10	\$ 5,20	\$ 49,94	11	\$ 5,31	\$ 59,43	11,2	\$ 5,41	\$ 60,62
Juego de reglas	1	\$ 20,00	\$ 20,00	1	\$ 20,40	\$ 20,40	1	\$ 20,81	\$ 20,81	1	\$ 21,22	\$ 21,22	1	\$ 21,65	\$ 21,65
Cintas métricas	2	\$ 1,00	\$ 2,00	2	\$ 1,02	\$ 2,04	2	\$ 1,04	\$ 2,08	3	\$ 1,06	\$ 3,18	3	\$ 1,08	\$ 3,25
Fundas para empaque	2280	\$ 0,30	\$ 684,00	2280	\$ 0,31	\$ 697,68	2736	\$ 0,31	\$ 853,96	3192	\$ 0,32	\$ 1.016,21	3192	\$ 0,32	\$1.036,54
Agujas 10 unidades	40	\$ 2,00	\$ 80,00	40	\$ 2,04	\$ 81,60	48	\$ 2,08	\$ 99,88	56	\$ 2,12	\$ 118,86	56	\$ 2,16	\$ 121,23
Caja de Alfileres 100	40	\$ 0,70	\$ 28,00	40	\$ 0,71	\$ 28,56	48	\$ 0,73	\$ 34,96	56	\$ 0,74	\$ 41,60	56	\$ 0,76	\$ 42,43
TOTAL			\$ 904,00			\$923,58			\$ 1.116,75			\$ 1.347,32			\$1.376,88

Anexo N°4: Equipos de protección

EQUIPOS DE PROTECCION				
Equipos de Protección	Cant.	Costo Unit.	Costo Total Trimestral	Costo Total Anual
Extintor Recargable	1	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00
Mascarillas	2	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Mandiles	2	\$ 22,00	\$ 44,00	\$ 44,00
TOTAL			\$ 95,00	\$ 95,00

PROYECCION															
EQUIPOS DE PROTECCION	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 Unitario	Costo Total
Extintor Recargable	1	\$ 27,00	\$ 27,00	1	\$ 28,35	\$ 28,35	1	\$ 29,77	\$ 29,77	1	\$ 31,26	\$ 31,26	1	\$ 32,82	\$ 32,82
Mascarillas	2	\$ 12,00	\$ 24,00	2	\$ 12,60	\$ 25,20	2	\$ 13,23	\$ 26,46	3	\$ 13,89	\$ 41,67	3	\$ 14,59	\$ 43,76
Mandiles	2	\$ 22,00	\$ 44,00	2	\$ 23,10	\$ 46,20	2	\$ 24,26	\$ 48,51	3	\$ 25,47	\$ 76,40	3	\$ 26,74	\$ 80,22
TOTAL			\$ 95,00			\$ 99,75			\$ 104,74			\$ 149,33			\$ 156,80

Anexo N°5: Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				
Suministros de Oficina	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total Trimestral	Costo Total Anual
Rezma de papel	3	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 48,00
Caja de esferos	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 28,00
Caja de Lapices	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 24,00
Grapadoras	2	\$ 3,30	\$ 6,60	\$ 6,60
Perforadoras	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 7,00
Carpetas Grandes	4	\$ 1,20	\$ 4,80	\$ 19,20
Facturas	4	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 96,00
Saca Grapas	1	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80
Funda de sobres	2	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 48,00
Boradores	3	\$ 0,10	\$ 0,30	\$ 1,20
Archivadores	1	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20
Caja de Grapas	3	\$ 1,10	\$ 3,30	\$ 13,20
Sumadora	1	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
TOTAL			\$ 151,00	\$ 359,20

Anexo N°6: Publicidad

PUBLICIDAD					
Publicidad	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
Hojas Volantes	100	\$ 0,05	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 60,00
Rotulo	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Tarjetas de presentación	50	\$ 0,08	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 48,00
TOTAL			\$ 259,00	\$ 277,00	\$ 358,00

Anexo N°7: Gastos de Constitución

Gasto de Constitución	
Items	Precio Total
Honorarios Abogado	\$ 250,00
Patente Municipal	\$ 40,00
Patente de Marca	\$ 76,00
TOTAL	\$ 366,00

Anexo N°8 Sueldos

ROL DE PAGO 1er AÑO									
CARGO	N°	Sueldo Mensual	Total sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aporte Patronal	Vacaciones	TOTAL UNIFICADO	Total Anual
ADMINISTRACION									
Administrador - Vendedor	1	400	400	33,33	26,50	48,6	16,67	525,10	6301,20
MANO DE OBRA DIRECTA									
Operarios	2	318	636	53,00	53,00	77,27	26,50	845,77	10149,29
TOTAL	3	718	1036	86,33	79,5	125,87	43,17	1370,87	16450,49

TOTAL SUELDO TRIMESTRAL
1575,3
2537,32
4112,622

ROL DE PAGOS 2do AÑO										
CARGO	N°	Sueldo Mensual	Total sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Vacaciones	TOTAL UNIFICADO	Total Anual
ADMINISTRACION										
Administrador - Vendedor	1	419,40	419,40	34,95	27,79	33,33	50,96	17,48	583,90	7006,81
MANO DE OBRA DIRECTA										
Operarios	2	333,42	666,85	55,57	55,57	53,00	81,02	13,89	925,90	11110,82
TOTAL	3	752,823	1086,246	90,52	83,35575	86,33	131,98	31,37	1509,80	18117,63

ROL DE PAGOS 3er AÑO										
CARGO	N°	Sueldo Mensual	Total sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Vacaciones	TOTAL UNIFICADO	Total Anual
ADMINISTRACION										
Administrador - Vendedor	1	439,74	439,74	36,65	26,50	34,95	53,43	18,32	609,59	7315,04
MANO DE OBRA DIRECTA										
Operarios	2	349,59	699,19	58,27	58,27	55,57	84,95	14,57	970,81	11649,69
TOTAL	3	789,33	1138,93	94,91	84,77	90,52	138,38	32,89	1580,39	18964,74

ROL DE PAGOS 4to AÑO										
CARGO	N°	Sueldo Mensual	Total sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Vacaciones	TOTAL UNIFICADO	Total Anual
ADMINISTRACION										
Administrador - Vendedor	1	461,07	461,07	38,42	26,50	36,65	56,02	19,21	637,87	7654,40
MANO DE OBRA DIRECTA										
Operarios	3	366,55	1099,65	91,64	91,64	87,40	133,61	45,82	1549,75	18596,96
TOTAL	4	827,62	1560,72	130,06	118,14	124,04	189,63	65,03	2187,61	26251,37

ROL DE PAGOS 5to AÑO										
CARGO	N°	Sueldo Mensual	Total sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Vacaciones	TOTAL UNIFICADO	Total Anual
NITRACION										
Administrador - Vendedor	1	483,43	483,43	40,29	26,50	40,29	58,74	20,14	669,38	8032,58
MANO DE OBRA DIRECTA										
Operarios	3	384,33	1152,98	96,08	96,08	91,64	140,09	48,04	1624,91	19498,92
TOTAL	4	867,76	1636,41	136,37	122,58	131,92	198,82	68,18	2294,29	27531,50

PROYECCION							
CARGO	N°	Sueldo Unificado (Mensual)	Sueldo Unificado (Anual)	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ADMINISTRACION							
Administrador - Vendedor	1	525,10	6301,20	7006,81	7315,04	7654,40	8032,58
MANO DE OBRA DIRECTA							
Operarios	2	845,77	10149,29	11110,82	11649,69	18596,96	19498,92
TOTAL	3	1370,87	16450,49	18117,63	18964,74	26251,37	27531,50

Anexo N°9 Depreciaciones

EQUIPOS DE COMPUTACION					
AÑOS	Vida Útil	% Depre.	Depreciación	Dep Acum.	Valor Residual
1	3	33,33	\$ 161,66	\$ 161,66	\$ 323,34
2	3	33,33	\$ 161,66	\$ 323,33	\$ 161,84
3	3	33,33	\$ 161,66	\$ 484,99	0
			\$ 484,99		

EQUIPOS DE OFICINA					
AÑOS	Vida Útil	% Depre.	Depreciación	Dep Acum.	Valor Residual
1	10	10%	\$ 37,60	\$ 37,60	\$ 338,40
2	10	10%	\$ 37,60	\$ 75,20	\$ 300,80
3	10	10%	\$ 37,60	\$ 112,80	\$ 263,20
4	10	10%	\$ 37,60	\$ 150,40	\$ 225,60
5	10	10%	\$ 37,60	\$ 188,00	\$ 188,00
6	10	10%	\$ 37,60	\$ 225,60	\$ 150,40
7	10	10%	\$ 37,60	\$ 263,20	\$ 112,80
8	10	10%	\$ 37,60	\$ 300,80	\$ 75,20
9	10	10%	\$ 37,60	\$ 338,40	\$ 37,60
10	10	10%	\$ 37,60	\$ 376,00	\$ -
			\$ 376,00		

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION					
AÑOS	Vida Util	% Deprec.	Depreciacion	Dep Acum.	Valor Residual
1	10	10%	\$ 23,90	\$ 23,90	\$ 215,10
2	10	10%	\$ 23,90	\$ 47,80	\$ 191,20
3	10	10%	\$ 23,90	\$ 71,70	\$ 167,30
4	10	10%	\$ 23,90	\$ 95,60	\$ 143,40
5	10	10%	\$ 23,90	\$ 119,50	\$ 119,50
6	10	10%	\$ 23,90	\$ 143,40	\$ 95,60
7	10	10%	\$ 23,90	\$ 167,30	\$ 71,70
8	10	10%	\$ 23,90	\$ 191,20	\$ 47,80
9	10	10%	\$ 23,90	\$ 215,10	\$ 23,90
10	10	10%	\$ 23,90	\$ 239,00	\$ -
			\$ 239,00		

MUEBLES Y ENSERES PRODUCCION					
AÑOS	Vida Util	% Deprec.	Depreciacion	Dep Acum.	Valor Residual
1	10	10%	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 702,00
2	10	10%	\$ 78,00	\$ 156,00	\$ 624,00
3	10	10%	\$ 78,00	\$ 234,00	\$ 546,00
4	10	10%	\$ 78,00	\$ 312,00	\$ 468,00
5	10	10%	\$ 78,00	\$ 390,00	\$ 390,00
6	10	10%	\$ 78,00	\$ 468,00	\$ 312,00
7	10	10%	\$ 78,00	\$ 546,00	\$ 234,00
8	10	10%	\$ 78,00	\$ 624,00	\$ 156,00
9	10	10%	\$ 78,00	\$ 702,00	\$ 78,00
10	10	10%	\$ 78,00	\$ 780,00	\$ -
			\$ 780,00		

MUEBLES Y ENSERES VENTAS					
AÑOS	Vida Util	% Deprec.	Depreciacion	Dep Acum.	Valor Residual
1	10	10%	\$ 55,90	\$ 55,90	\$ 503,10
2	10	10%	\$ 55,90	\$ 111,80	\$ 447,20
3	10	10%	\$ 55,90	\$ 167,70	\$ 391,30
4	10	10%	\$ 55,90	\$ 223,60	\$ 335,40
5	10	10%	\$ 55,90	\$ 279,50	\$ 279,50
6	10	10%	\$ 55,90	\$ 335,40	\$ 223,60
7	10	10%	\$ 55,90	\$ 391,30	\$ 167,70
8	10	10%	\$ 55,90	\$ 447,20	\$ 111,80
9	10	10%	\$ 55,90	\$ 503,10	\$ 55,90
10	10	10%	\$ 55,90	\$ 559,00	\$ -
			\$ 559,00		

MAQUINARIA Y EQUIPO					
AÑOS	Vida Util	% Deprec.	Depreciacion	Dep Acum.	Valor Residual
1	10	10%	\$ 235,00	\$ 235,00	\$ 2.115,00
2	10	10%	\$ 235,00	\$ 470,00	\$ 1.880,00
3	10	10%	\$ 235,00	\$ 705,00	\$ 1.645,00
4	10	10%	\$ 235,00	\$ 940,00	\$ 1.410,00
5	10	10%	\$ 235,00	\$ 1.175,00	\$ 1.175,00
6	10	10%	\$ 235,00	\$ 1.410,00	\$ 940,00
7	10	10%	\$ 235,00	\$ 1.645,00	\$ 705,00
8	10	10%	\$ 235,00	\$ 1.880,00	\$ 470,00
9	10	10%	\$ 235,00	\$ 2.115,00	\$ 235,00
10	10	10%	\$ 235,00	\$ 2.350,00	\$ -
			\$ 2.350,00		

ADECUACIONES					
AÑOS	Vida Util	% Deprec.	Depreciacion	Dep Acum.	Valor Residual
1	20	5%	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 4.750,00
2	20	5%	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 4.500,00
3	20	5%	\$ 250,00	\$ 750,00	\$ 4.250,00
4	20	5%	\$ 250,00	\$ 1.000,00	\$ 4.000,00
5	20	5%	\$ 250,00	\$ 1.250,00	\$ 3.750,00
6	20	5%	\$ 250,00	\$ 1.500,00	\$ 3.500,00
7	20	5%	\$ 250,00	\$ 1.750,00	\$ 3.250,00
8	20	5%	\$ 250,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00
9	20	5%	\$ 250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.750,00
10	20	5%	\$ 250,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
11	20	5%	\$ 250,00	\$ 2.750,00	\$ 2.250,00
12	20	5%	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 2.000,00
13	20	5%	\$ 250,00	\$ 3.250,00	\$ 1.750,00
14	20	5%	\$ 250,00	\$ 3.500,00	\$ 1.500,00
15	20	5%	\$ 250,00	\$ 3.750,00	\$ 1.250,00
16	20	5%	\$ 250,00	\$ 4.000,00	\$ 1.000,00
17	20	5%	\$ 250,00	\$ 4.250,00	\$ 750,00
18	20	5%	\$ 250,00	\$ 4.500,00	\$ 500,00
19	20	5%	\$ 250,00	\$ 4.750,00	\$ 250,00
20	20	5%	\$ 250,00	\$ 5.000,00	\$ -
			\$ 5.000,00		

Anexo N°10: Mantenimiento

MANTENIMIENTO						
	Costo Total	% Manten.	2 Año	3 Año	4 Año	5 Año
Equipos de computacion						
Computadora de escritorio core i3	\$ 584,99	2%	\$ 11,70	\$ 11,70	\$ 11,70	\$ 11,70
Equipo de Oficina						
Telefonos	\$ 76,00	1%	\$ 0,76	\$ 0,76	\$ 0,76	\$ 0,76
Sistema de alarma	\$ 300,00	1%	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Maquinaria y Equipo						
Maquina de coser OVERLOCK 5 HILOS	\$ 960,00	2%	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 19,20
Maquina de coser SINGER 2491 D300A INDUSTRIAL	\$ 740,00	2%	\$ 14,80	\$ 14,80	\$ 14,80	\$ 14,80
Cortadora Vertical 8in	\$ 650,00	2%	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00
Muebles y Enseres Administracion						
Sillas de Oficina	\$ 30,00	1%	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30
Archivadores	\$ 89,00	1%	\$ 0,89	\$ 0,89	\$ 0,89	\$ 0,89
Escritorio	\$ 120,00	1%	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 1,20
Muebles y Enseres Produccion						
Sillas para Operarias	\$ 50,00	1%	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Mesas para Maquinarias	\$ 320,00	1%	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 3,20	\$ 3,20
Mesas para Toma de medidas y Corte	\$ 300,00	1%	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Estanterias de Tela	\$ 110,00	1%	\$ 1,10	\$ 1,10	\$ 1,10	\$ 1,10
Muebles y Enseres Ventas						
Estante para Bolsos	\$ 460,00	1%	\$ 4,60	\$ 4,60	\$ 4,60	\$ 4,60
Silla para clientes	\$ 99,00	1%	\$ 0,99	\$ 0,99	\$ 0,99	\$ 0,99
Adecuaciones						
Local Comercial	\$ 5.000,00	1%	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL MANTENIMIENTO			\$ 128,24	\$ 128,24	\$ 128,24	\$ 128,24

3. ¿Le llama la atención el bolso de doble estilo (doble material-dos productos en uno)?

SI

NO



4. ¿Con que frecuencia compra bolsos?

Una vez o dos veces a la semana

Una vez o dos veces al mes

Una vez o dos veces al año

5. ¿Qué material para la compra de un bolso de doble estilo es de su preferencia?

Jean – Cuero

Jean- Gamuza

Cuero - Gamuza

Otro tipo de telas: _____

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un bolso de doble estilo?

15-20

20-25

25-30

7. ¿Prefiere usted comprar un bolso de doble estilo hecho por mano de obra nacional?

SI

NO

8. ¿Dónde prefiere comprar un bolso?

En centro comercial

En local de productos importados

En local de productos nacionales

9. ¿Qué es lo primero que le llama la atención al comprar un bolso de doble estilo?

El precio

La calidad

El diseño

10. ¿Qué tipo de diseño sería de su preferencia para el bolso de doble estilo?

Modelo juvenil Modelo casual Modelo Clásico

11. ¿Cómo le gustaría conocer el producto?

Internet Otros medios: _____

Radio

Catálogos

12. ¿Le gustaría que existiera un local que venda un bolso de doble estilo (doble material) que le ofrezca organización, calidad, diseño, con precios cómodos?

SI

NO

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Anexo N°12 ACTA DE CONSTITUCIÓN DE UNA MICROEMPRESA

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

En la ciudad de _Quito_ comparece la señorita Patricia Santillán mayor de edad, de nacionalidad _ecuatoriana_, domiciliados en la ciudad de Quito, legalmente capaz para contratar y obligarse, quien para efectos se denominará CONSTITUYENTE O EMPRESARIA, mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir una Empresa Unipersonal, que se regula conforme lo establecido en las disposiciones que regulan la materia y los siguientes estatutos:

SEGUNDA: DENOMINACION Y OBJETO.-

La microempresa unipersonal que constituyo se denominará _MALAY STYLE_ y tendrá como objetivo principal _ la producción y comercialización de bolsos de doble estilo utilizando materiales como cuero, jean y gamuza.

TERCERA: DOMICILIO.-

La Microempresa “ _MALAY STYLE _ ” tendrá el domicilio en la ciudad de Quito, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales en otras ciudades del país o del exterior.

CUARTA: PLAZO.-

El plazo por el cual se constituye la microempresa es indefinido tiempo que puede ser ampliado o restringido, de conformidad a estos estatutos.

QUINTA: CAPITAL.-

El capital de la microempresa es la suma de (_____).

SEXTA: SEGURIDAD DEL APORTE.-

Si el empresario socios decide separarse de la microempresa antes de los dos años de actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del ____% del aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el ____% de lo que entregó como capital.

SEPTIMA: RESPONSABILIDAD.-

Los socios serán responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes.

OCTAVA: ADMINISTRACION.-

La administración de empresa estará en cabeza del representante legal, de libre nombramiento y remoción por parte del constituyente, el mismo que tendrá un periodo de 4 años, sin perjuicio de que pueda ser reelegido indefinidamente o removido en cualquier tiempo.

NOVENA: FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL

Es responsable de ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios de la empresa, el mismo que tendrá las siguientes funciones:

- a) Usar la firma o razón social;
- b) Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la empresa y señalarles su remuneración excepto cuando se trate de aquellos que por Ley o por estos estatutos deban ser designados por el empresario.
- c) Presentar un informe de su gestión al empresario y el balance general de fin de ejercicio; y
- d) Constituir apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses de la empresa

DECIMA: RENDICIÓN DE CUENTAS

El representante legal tendrá bien establecido las cuentas al final de cada ejercicio dentro del mes siguiente. Para eso se cuenta son estados financieros que fueren pertinentes, junto con un informe de gestión. Las cuentas anuales al final del ejercicio deben presentarse antes del primero de abril de cada mes.

DECIMA PRIMERA: DESIGNACIÓN

Se designa como representante legal a la señorita Patricia Elizabeth Santillán Lara con cedula de ciudadanía n° 1719089201, quien es también empresario de la empresa unipersonal, quien ejercerá sus funciones y ostentará el cargo hasta cuando se designe y efectúe el registro correspondiente de cualquier nuevo nombramiento.

DECIMA SEGUNDA: RESERVA LEGAL.

La microempresa formará un Fondo de Reserva de por lo menos el 20% del capital social, que provendrá de las utilidades líquidas, en un 5% cada año.

DECIMA TERCERA: CAUSALES DE TERMINACIÓN

- a) Por voluntad del TITULAR de la Empresa
- b) Por vencimiento del término de duración previsto.
- c) Por muerte del TITULAR.
- d) Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas.
- e) Por orden de autoridad competente.
- f) Por pérdidas que reduzcan el capital de la Empresa hasta en un cincuenta por ciento (50%).
- g) Por la iniciación de trámite de liquidación obligatoria.-

Nota: Es imprescindible hacer reconocimiento de firma y rúbrica ante uno de los Jueces de lo Civil, para que este documento privado se convierta en documento público y tenga la fuerza legal para demandar, en caso necesario.