

# CAPITULO I

---

## 1. Estudio de mercado

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con la empresa a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no del producto o servicio

Para el presente proyecto el estudio de mercado se analiza la estructura del mismo, los atributos del producto, la investigación del mercado, el análisis de la demanda y la oferta, el análisis de precios y con estos insumos establecer la demanda insatisfecha de prendas artesanales confeccionadas en telares en el cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi. Esto debería mostrar una clara visión de las condiciones actuales del mercado, que permita decidir si es conveniente la instalación del proyecto.

### 1.1. Objetivos del estudio de mercado

Se entiende por objetivos del estudio de mercado los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw- Hill, pag 14.

- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.<sup>2</sup>
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.<sup>3</sup>

**Para el presente proyecto se han establecido los siguientes objetivos:**

- Realizar un estudio de mercado que permita establecer la demanda insatisfecha proyectada del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi.
- Establecer los hábitos de consumo de la población a fin de producir de acuerdo a las necesidades de la demanda insatisfecha.
- Determinar los canales de distribución que empleara el presente proyecto en la comercialización de las prendas artesanales hacia los clientes.
- Efectuar un análisis socio-económico y el nivel de ingresos de los potenciales clientes que permita definir el precio que estarían dispuestos a pagar por la adquisición de las prendas artesanales.
- Desarrollar una imagen de marca de las prendas artesanales que permitan un rápido posicionamiento en la industria textil.

---

<sup>2</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw- Hill, pag 14.

<sup>3</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw- Hill, pag 14.

## 1.2. Estructura del mercado

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”<sup>4</sup>

### 1.2.1. Análisis histórico del mercado

Las artesanías son las manifestaciones artísticas o lenguajes populares de las etnias indígenas en Ecuador. Las artes indígenas son apreciadas de buena manera ya que dentro de este arte hay artesanías como: tejidos, cerámica, joyería y otras aplicaciones que en el Ecuador se puede encontrar.<sup>5</sup>

Se creen que hace aproximadamente 4 o 5 mil años se inventó una máquina hecha de madera para telar y que aun en día es utilizada por indígenas dedicados a la producción de tejidos, el nombre de este telar de palos se llama awana y macana.

Con la llegada de los españoles vinieron nuevas técnicas y modos de tejer como son: el telar de pedal (torno de hilar), tejidos manuales con la lana de oveja y seda. Hoy en día en Otavalo se utiliza este modo de tejer y se producen ponchos en su mayoría. Pero en Saraguro aun se puede apreciar la técnica antigua del telar de palos donde se elabora cobijas sacos o costales de grano la mayor parte de las cosas son tejidos con este telar de palo o tejidos manuales. En la ciudad de Cuenca hay una técnica muy tradicional que es la ikat, esta técnica es de tinción que de tejido, es decir que los hilos se atan y tiñen antes de tejer la pieza. Hay vestigios de esta técnica prehispánica llamada ikat, hoy en día se

---

<sup>4</sup> BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 14.

<sup>5</sup><http://www.ecuadormagic.com/artesantias.html>

realizan con esta técnica paños, chales de algodón teñido de índigo y con elaboradas borlas de macramé hechos en Gualaceo y en sus alrededores.<sup>6</sup>

Por ejemplo el poncho de Otavalo es muy valorado y se lo utiliza en eventos importantes, es notoria la venta y uso de blusas, enaguas de nylon, faldas, aretes, collares, cintas, binchas, etc., lo cual antes era elaborado por los mismos consumidores (observación ocular: ferias de Saquisilí, Pujilí, Salcedo, Zumbahua, Angamarca).

Como pudimos apreciar la Provincia de Cotopaxi tiene artesanías, pero no el cantón Saquisilí con una propia ya que vienen artesanías de Otavalo, Zumbahua, etc., es por ello que la inserción cada vez más activa de todos los grupos a la estructura económica del país hace proveer que en un futuro no muy lejano, las actividades artesanales serán reemplazadas por la manufactura o la industria debido a la mayor productividad y los mejores precios que ofrecerán.

En la industria textil podemos observar los índices estadísticos según la rama de actividad a nivel nacional

### **TALLERES ARTESANALES POR RAMA DE ACTIVIDAD**

Del universo de 25.660 talleres artesanales registrados en la Dirección de Competitividad de Microempresas y Artesanías a nivel nacional se ha agrupado en 10 grandes ramas, una de servicios y 9 de productos artesanales, donde se destacan los talleres de textiles y de madera.

---

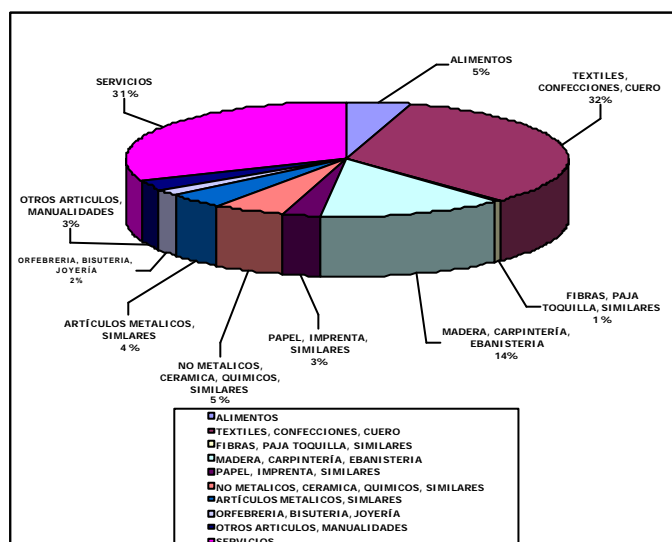
<sup>6</sup><http://www.ecuadormagic.com/artesantias.html>

**CUADRO 1.2.1.1.**

<b>TALLERES ARTESANALES POR RAMA DE ACTIVIDAD</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Talleres</b>	<b>Porcentaje</b>
Alimentos	1283,00	5%
Textiles, confecciones, cuero	8211,20	32%
Fibras, paja toquilla, Similares	256,60	1%
Madera; carpintería, ebanistería	3592,40	14%
Papel, imprenta, similares	769,80	3%
No metálicos, cerámica, Químicos, similares	1283,00	5%
Artículos metálicos, similares	1026,40	4%
Orfebrería, bisutería, joyería	513,20	2%
Otros artículos, manualidades	769,80	3%
servicios	795,46	31%
<b>Total</b>	<b>25660,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS

Elaborado por: Cristian Padilla



Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS

Elaborado por: Cristian Padilla

En el cuadro 1.2.1.1 y la gráfica se observa que la confección de textiles en el Ecuador se encuentra en un segundo lugar con 32% de la actividad, luego le sigue con el 31% los servicios y en tercer lugar con el 14% la industria de la madera.

El índice estadístico por regiones en el sector textil es el siguiente:

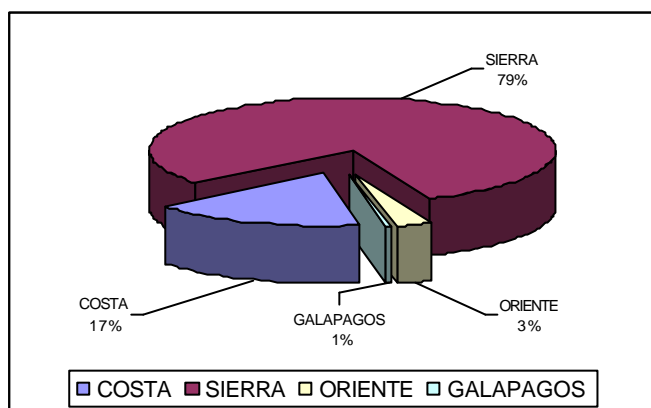
## TALLERES ARTESANALES CLASIFICADAS POR REGIONES

CUADRO 1.2.1.2.

TALLERES ARTESANALES POR REGIONES		
Actividad	Talleres	Porcentaje
Sierra	20271,40	79%
Costa	916,13	17%
Galapagos	44,73	1%
Oriente	4428,14	3%
<b>Total</b>	<b>25660,40</b>	<b>100%</b>

Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS

Elaborado por: Cristian Padilla



Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS

Elaborado por: Cristian Padilla

El cuadro 1.2.1.2. y la gráfica permiten determinar que la región de más desarrollo y diversidad de artesanías se encuentra en la Sierra con un 79%, le sigue la costa con 17%.

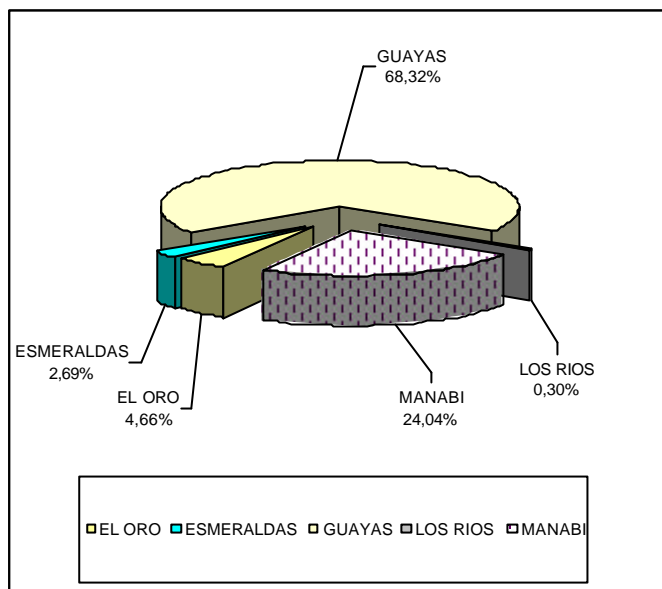
## TALLERES ARTESANALES DE LA COSTA POR PROVINCIA

CUADRO 1.2.1.3

TALLERES ARTESANALES DE LA COSTA		
Actividad	Talleres	Porcentaje
Guayas	625,90	68,32%
Esmeraldas	13,16	2,69%
El oro	64,72	4,66%
Manabi	204,53	24,04%
Los rios	7,81	0,30%
<b>Total</b>	<b>916,12</b>	<b>100,01%</b>

Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS

Elaborado por: Cristian Padilla



**Fuente:** DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS  
**Elaborado por:** Cristian Padilla

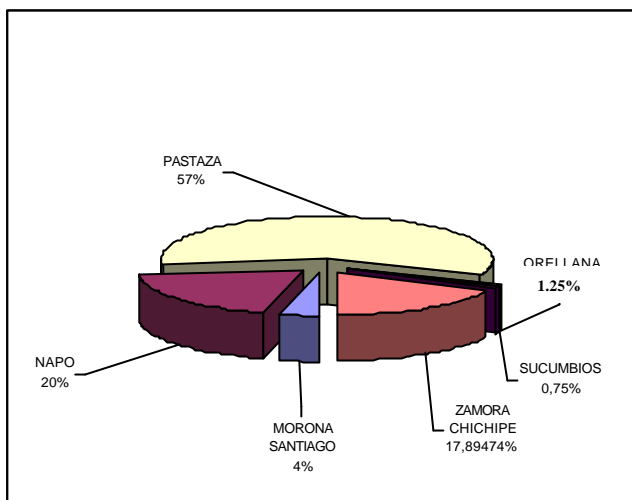
En el cuadro 1.2.1.3 y la gráfica se establece que dentro del sector costanero la provincia del guayas es la que mayor porcentaje de participación de talleres artesanales tiene con un 68.32%, le sigue Manabí con el 24,04%.

### TALLERES ARTESANALES DEL ORIENTE POR PROVINCIA

CUADRO 1.2.1.4

TALLERES ARTESANALES DEL ORIENTE		
Atividad	Talleres	Porcentaje
Pastaza	2524,02	57,00%
Napo	380,82	20,00%
Morona Santiago	60,93	4,00%
Zamora Chinchipe	261,76	17,9%
Sucumbios	9,00	0,75%
Orellana	1191,57	1,25%
<b>Total</b>	<b>4428,1</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS  
**Elaborado por:** Cristian Padilla



**Fuente:** DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS  
**Elaborado por:** Cristian Padilla

En el cuadro 1.2.1.4 y la gráfica se visualiza que en la región oriental, la provincia con más desarrollo de talleres artesanales es Pastaza con un 57%, le sigue Zamora Chinchipe con el 17,89%.

### TALLERES ARTESANALES DE LA SIERRA POR PROVINCIA

CUADRO 1.2.1.5

TALLERES ARTESANALES DE LA SIERRA POR PROVINCIAS		
Actividad	Talleres	Porcentaje
Azuay	2060	13,13%
Bolivar	73	0,47%
Cañar	807	5,14%
Carchi	320	2,04%
Cotopaxi	1301	8,29%
Chimborazo	1188	7,57%
Imbabura	1254	7,99%
Loja	219	1,40%
Pichincha	8468	53,97%
Tungurahua	4749	30,27%
<b>Total</b>	<b>20271</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS  
**Elaborado por:** Cristian Padilla





**Fuente:** DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS  
**Elaborado por:** Cristian Padilla

En el cuadro 1.2.1.5 y la gráfica permiten concluir que dentro de la región sierra la provincia de Pichincha tiene más talleres artesanales con un 53.97% lo que quiere decir que hay 8468 talleres artesanales.

### Índices de la balanza comercial del sector textil con Estados Unidos

**ASOCIACION DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR**  
**BALANZA COMERCIAL TEXTIL - (CAP.50-63)**  
**CON ESTADOS UNIDOS**  
 VALORES FOB EN MILES DE US \$

AÑO	2003	2004	2005	2006
EXPORTACIONES	15.160,355	19.200,476	16.082,537	3.036,513
IMPORTACIONES	38.822,153	36.779,478	37.662,023	40.046,477
BALANZA COMERCIAL	- 23.661,798	- 17.579,002	- 21.579,486	- 37.009,964

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Cristian Padilla



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Padilla

Según el cuadro 1.2.6 y la gráfica se observa que el Ecuador más a importado de Estados Unidos que a exportado lo cual tiene una balanza comercial negativa en el sector textil y solo en el año 2006 la balanza comercial está en (-) 37.009.964.

### 1.2.2. Análisis actual del mercado




En Saquisilí se ha podido determinar que uno de los problemas más importantes en relación a las ventas de artesanías es que la mayor parte de estas comercializaciones vienen de otras ciudades como: Otavalo, Tungurahua, así como de otros sectores aledaños a Saquisilí. En este cantón no existe manufactura local, ya que muy poca o casi nada de artesanías es producida en esta zona.

### 1.2.3. Tendencias del mercado

“La tendencia es absolutamente esencial para el enfoque técnico del análisis de mercados. Todas las herramientas usadas por el analista técnico tienen un solo propósito: detectar y medir las

tendencias del precio para establecer y manejar operaciones de compra-venta dentro de un cierto mercado.”<sup>7</sup>

La tendencia de mercado para el presente proyecto a nivel local estaría enfocada a la feria libre del cantón Saquisilí de los días jueves que es reconocida a nivel nacional e internacional, por la cual ingresan turistas nacionales y extranjeros, lo que por naturaleza un turista busca llevarse algo autóctono de la zona como suele ser artesanías que demuestre que dicho turista estuvo en tal lugar, al mismo tiempo distribuir una prenda de vestir con altos índices de calidad la cual estaría a la venta en los locales comerciales para los consumidores de la provincia de Cotopaxi.

Por otro lado la tendencia a nivel nacional estaría enfocada a la distribución de las prendas elaboradas en telares de Saquisilí a las cadenas de ropas reconocidas como serían: Etafashion,  ,  ,  Tutto, Arve, Bosy, Almacenes ROSE, MNG, Rio STORE, las cuales tendrán un grupo objetivo lo que nuestras prendas poseerán un grado de reconocimiento y satisfacción para el cliente.

A nivel internacional se proyecta exportar las prendas con todas las normas de calidad que regula el Ministerio de Industrias y Competitividad del Ecuador, estableciendo alianzas estratégicas con la CORPEI para la distribución de dicho producto.

---

<sup>7</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Tendencia>

### 1.3. Caracterización del producto

Los productos pueden describirse en términos de sus características y beneficios. Las características de un producto son sus rasgos; los beneficios son las necesidades del cliente satisfechas por tales rasgos. Algunos ejemplos de esos rasgos son: tamaño, color, potencia, funcionalidad, diseño, horas de servicio y contenido estructural.<sup>8</sup>

#### 1.3.1. Características del producto

El cantón Saquisilí carece de una artesanía propia del sector razón por la cual con el presente proyecto se propone confeccionar tejidos hechos manualmente por madres indígenas del cantón, dichos tejidos serán elaborados en telares con lana de borrego, lana sintética y lana de alpaca en una multiplicidad de colores, dentro de los tejidos confeccionaremos:

##### Chales

Que son de forma triangular con flecos en los dos lados inferiores, en telares de medida 1,70 x 1m para lo cual el personal se tardaran en confeccionar 2 horas 45 minutos cuando comúnmente las mujeres en agujones se demoraban de 2 a 3 semanas, los chales serán confeccionados de diferentes colores.

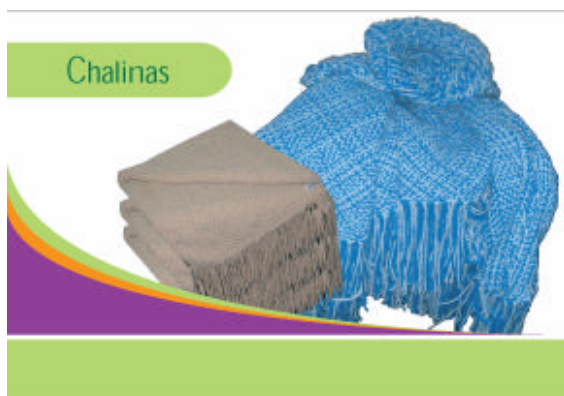


---

<sup>8</sup>[http://www.sba.gov/espanol/Primeros\\_Pasos/caracteristicas\\_basicas\\_de\\_un\\_producto.html](http://www.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/caracteristicas_basicas_de_un_producto.html)

## Chalina

La chalina será de forma rectangular con flecos en los costados en telar de medida 1,20 x 75cm para lo cual el personal se tardaran en confeccionar 2 horas 25 minutos.



## Ponchos

Los ponchos serán diseñados para niños, niñas y adultos para lo cual utilizaremos el mismo telar del chal confeccionando la parte A y la parte B que se unirán con un cocido de una aguja de 10 cm. incrustándole un cuello en V o cuello tortuga que será elaborado con agujones numero 10, en el caso de los ponchos de niña utilizaremos un telar mas pequeño de medida 1m x 70cm A demás pondremos flecos en los filos y adorno con borlas en el cuello



## Bufandas

Las bufandas serán confeccionadas en telares de las medidas 1,20 x 20cm con flecos a los costados de diferentes colores y texturas.



## Cobijas de bebe

Las cobijas de bebe serán elaboradas en telar de las medidas 1m x 1,25cm para esta prenda en especial utilizaremos lana tipo angora que es más suave hipoalergénico por tratarse que es una prenda para recién nacidos, tendrá flecos a los lados y una capucha en la esquina principal para la cabeza del bebe.



## Gorras

Las gorras serán confeccionadas en un telar circular que permite ir tejiendo con un bordado hacia abajo, la gorra tendrá una medida estándar ya que la prenda se va acoplando a cada cabeza.

## Almohadones

Los almohadones serán confeccionados utilizando el telar de chalina para el acabado final uniremos las esquinas para formar un cuadrado incrustándole un sierre en la parte trasera y rellenándoles con plumón, dichos almohadones servirán como cojines para salas y dormitorios.



### 1.3.2. Productos sustitutos o complementarios

Los tejidos confeccionados a mano son considerados como artesanías, los cuales pueden ser sustituidos por otros que desempeñen la misma función y que reúnan los mismos componentes de servicio, como sacos elaborados por otras empresas, mantelería, sabanería, bisutería importada o local.

Las prendas, elementos decorativos del hogar de tipo industrial pueden ser consideradas como sustitutas, aunque no reúnan las mismas propiedades de las artesanías textiles, que tendrán los elaborados por artesanos en Saquisilí. Una condición a ser tomada

como sustituto de estas artesanías son los productos colombianos y peruanos que actualmente ingresan al mercado a menor costo y son vendidos libremente en ferias y/o centros comerciales. De la misma forma la introducción de empresas multinacionales en el área textil son las principales amenazas de este sector.

Principales productos sustitutos:

- Prendas de vestir bordadas producidas por otras empresas así como :

<b>PRODUCTOS SUSTITUTOS</b>
CALENTADOR
COBIJAS
SOBREROS
CHOMPAS
BUZOS
PANTALON
MONO DE BEBE
BLUSA
PIJAMA NIÑO
CAMISETAS
SUETERES

- Elementos decorativos del hogar de tipo artístico.
- Artesanías colombianas y peruanas que son vendidas libremente

#### **1.4. Investigación de mercado**

Es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: Clientes, Competidores y el Mercado. La investigación de mercados puede ayudar a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto o soportar el desarrollo de los productos lanzados dependiendo del



ciclo de vida. Con la investigación de mercados, las compañías pueden aprender más sobre los clientes en curso y potenciales.<sup>9</sup>

#### 1.4.1. Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos tomando en cuenta el grado de intensidad de la necesidad, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de modo más efectivo sus necesidades y alcanzar los objetivos de la empresa.<sup>10</sup>

Para la segmentación del mercado del presente proyecto debemos considerar ciertas variables como: variable geográfica, demográfica, socio-económica y conductual.

- **VARIABLES GEOGRÁFICAS**

Indican el lugar donde reside el consumidor o usuario, como la nación, región, provincia, hábitat, etc. Son criterios objetivos para clasificar o dividir mercados.<sup>11</sup>

- **VARIABLES DEMOGRÁFICAS**

Atributos objetivos del consumidor, como el sexo, edad, estado civil, tamaño de la familia y posición ocupada en ella. Sirven como

---

<sup>9</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n\\_de\\_mercados](http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados)

<sup>10</sup> <http://www.elprisma.com/apuntes>

<sup>11</sup> <http://www.monografias.com>

criterios para clasificarlo y explicar su comportamiento de compra y consumo.<sup>12</sup>

- **VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS**

Indican un estado o situación del consumidor, como el nivel de ingresos, la ocupación y el nivel de estudios. Constituyen criterios objetivos para clasificar o dividir mercados. Suelen combinarse para determinar la clase social. Sirven también para explicar el comportamiento del consumidor.

- **VARIABLES CONDUCTUALES**

Estas variables dividen a los compradores en grupos con base a su conocimiento en un servicio, su actitud ante el mismo, el uso que le dan o la forma en que responden al servicio. Entre los grupos se destacan:

Beneficios esperados, ocasión de compra, tasa de uso, grado de lealtad, grado de crecimiento.<sup>13</sup>

Para el presente proyecto se ha tomado las siguientes variables para la segmentación del mercado de prendas artesanales confeccionadas en telar.

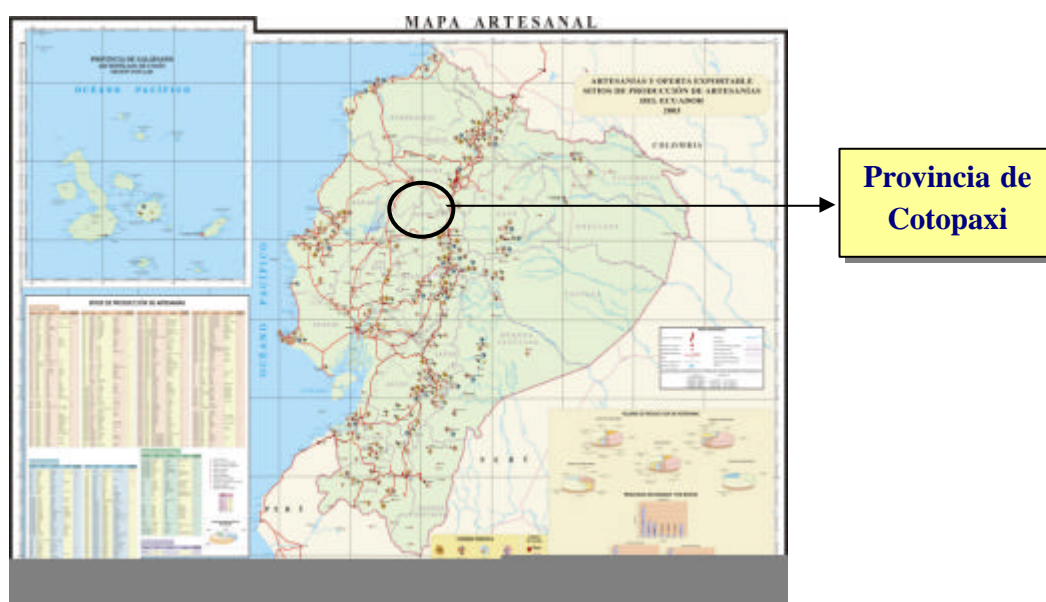
---

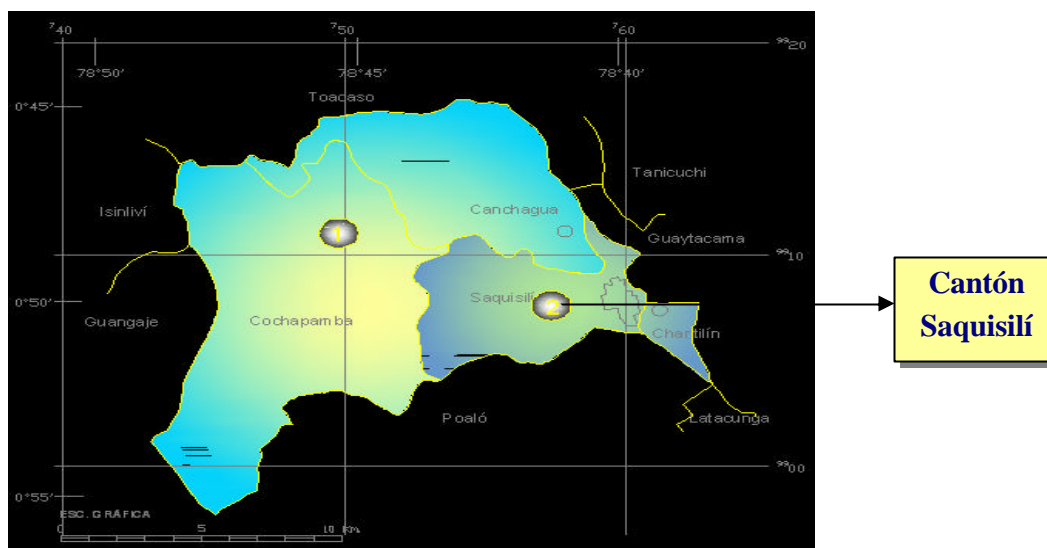
<sup>12</sup> <http://www.estadistico.com>

<sup>13</sup> <http://www.estadistico.com>

SEGMENTACION DEL MERCADO	
VARIABLE GEOGRAFICA	
<b>PROVINCIA</b>	COTOPAXI
<b>CANTON</b>	SAQUISILI
VARIABLES SOCIO-ECONOMICAS	
<b>CLASE SOCIALES</b>	BAJA, MEDIA Y ALTA
VARIABLES DEMOGRAFICAS	
<b>GENERO:</b>	MASCULINO Y FEMENINO
<b>EDAD:</b>	5 A 65 AÑOS
VARIABLES CONDUCTUAL	
<b>PREFERENCIAS:</b>	INCLINACION POR LA COMPRA DE PRENDAS CONFECCIONADAS A MANO

En la segmentación se ha tomado como punto principal específicamente los habitantes del Cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi debido a que no existe ninguna artesanía propia del sector por lo cual se convierte en una gran demanda artesanal.





### 1.4.2. Definición del universo

**Universo, población o colectivo:** está constituida por la totalidad de elementos a estudiar, utilizando una fracción denominada muestra.

El universo que se tomara en cuenta para la investigación de mercados será la población que vive en el área urbana actual del cantón Saquisilí provincia de Cotopaxi que es de 4490 habitantes.

### 1.4.3. Selección de la muestra

La muestra es una parte representativa de la población o un conjunto de unidades, con el objetivo de investigar las propiedades de la población o conjunto original.

Una muestra debe ser representativa si va a ser usada para estimar las características de la población. Los métodos para seleccionar una muestra representativa son numerosos, dependiendo del

tiempo, dinero y habilidad disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población.

Se dice que una muestra es representativa cuando, por la forma en que ha sido seleccionada, aporta garantías suficientes para realizar inferencias fiables a partir de ella.

El tamaño de la muestra, se ha determinado por el método probabilístico de distribución normal con población finita, ya que conocemos el universo.

Se tomará un nivel de confianza del 95%, lo cual proporcionará en la tabla z un valor de 1,96.

Si tenemos un grado de confiabilidad del 95% se tendrá un margen de error del 5% para el cálculo.

La formula a emplearse se detalla como sigue:

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

Donde:

X = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 1,96

N = Población 4.490 viven en el área urbana de Saquisilí

p = Probabilidad de ocurrencia 0.9

q = Probabilidad de no ocurrencia 0.1

K = Margen de error 0.05

Aplicación:

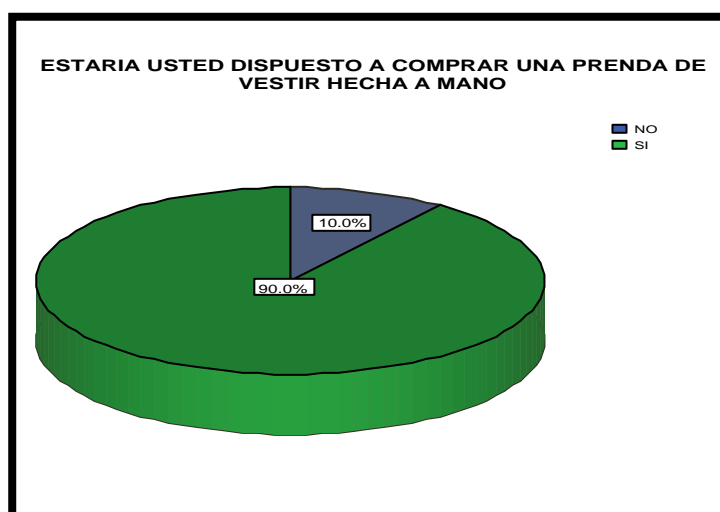
$$X = \frac{1.96^2 * 4490 * 0.9 * 0.1}{0.05^2 * (4490 - 1) + 1.96^2 * 0.9 * 0.1}$$

$$X = \frac{1552.39}{11.399} \text{ entonces } \rightarrow X = 136$$

De la aplicación de la fórmula tenemos que el tamaño de la muestra es de 136 personas que serán tomadas en cuenta para la investigación.

#### 1.4.4. Prueba piloto

Para determinar la probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia se realizó una prueba piloto a 10 personas con una encuesta informal de una sola pregunta, la cual decía: “¿Estaría usted dispuesto a comprar una prenda de vestir hecha a mano?”, de los cuales 9 dijeron que sí y 1 que no. De esta forma, se tiene un p de 90% y un q de 10%.



### 1.4.5. Diseño de los instrumentos

#### MODELO DE LA ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es determinar las necesidades, comportamientos y actitudes de compra de los clientes con respecto al consumo de prendas textiles artesanales.

Señale con una X, la respuesta que usted considere correcta y de acuerdo a sus preferencias.

**1. Que tipo de prenda de vestir compra más:**

- Hombre  
 Mujer

**2. Para que edad compra mas prendas de vestir:**

- Menos de 20 -----  
20 – 30 -----  
30 – 50 -----  
50 o más -----

**3. Sus ingresos económicos mensuales están comprendidos entre:**

- Menos de 200 USD -----  
De 201 a 600 USD -----  
Más de 600 USD -----

**4. Qué cantidad mensual destina para la compra de prendas de vestir:**

- Menos de 50 dólares -----  
De 51 a 100 dólares -----  
De 101 a 150 dólares -----  
De 151 a 200 dólares -----  
De 201 a 300 dólares -----  
Más de 300 dólares -----

**5. Qué tipo de elaboración elige para sus prendas de vestir:**

Manual

Máquina

**6. En que tipo de establecimiento adquiere sus prendas de vestir:**

Centros Comerciales

Almacenes

Ferias

**7. ¿Conoce cuáles son las prendas de vestir artesanales de la Sierra?**

Si ----- No -----

**Cuales**

---

---

---

**8. Ha adquirido prendas de vestir artesanales?**

Si ----- No -----

**Cuales**

---

---

---

**9. Con que frecuencia compra prendas de vestir artesanales:**

Mensual

Trimestral

Semestral

No sé



**10. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda artesanal que sea de su total agrado?**

Menos de 15 dólares -----

De 15 a 30 dólares -----

De 31 a 50 dólares -----

Más de 50 dólares -----

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**1.4.6 Investigación de campo**

La encuesta fue aplicada a 136 personas elegidas empleando el muestreo aleatorio, la misma fue realizada en el cantón Saquisilí.

Esta actividad de recolección de información se la efectuó en el transcurso de una semana, para posteriormente realizar la tabulación y procesamiento de los datos recopilados que se muestran a continuación:

**1.4.7 Procesamiento de la información**

**1. Qué tipo de prenda de vestir compra más:**

**TIPO DE PRENDA DE VESTIR MAS COMPRADA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Mujer	71	52,2	52,2
Hombre	65	47,8	100,0
Total	136	100,0	

**2. Para que edad compra mas prendas de vestir:**

**PARA QUE EDAD COMPRA MAS PRENDAS DE VESTIR**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid 50 o mas	18	13,2	13,2
30 - 50	35	25,7	39,0
20 - 30	57	41,9	80,9
Menos de 20	26	19,1	100,0
Total	136	100,0	

**3. Sus ingresos económicos mensuales están comprendidos entre:**

**4.**

**INGRESOS ECONOMICOS MENSUALES DE LAS PERSONAS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Mas de 600	28	20,6	20,6
de 201 a 600	79	58,1	78,7
Menos de 200	29	21,3	100,0
Total	136	100,0	

**5. Qué cantidad mensual destina para la compra de prendas de vestir:**

**EL MONTO MENSUAL DESTINADO PARA LA COMPRA DE PRENDAS DE VESTIR**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid Mas de 300 dolares	5	3,7	3,7
De 201 a 300 dolares	11	8,1	11,8
De 151 a 200 dolares	15	11,0	22,8
De 101 a 150 dolares	22	16,2	39,0
De 51 a 100 dolares	38	27,9	66,9
Menos de 50 dolares	45	33,1	100,0
Total	136	100,0	

6. **Qué tipo de elaboración elige para sus prendas de vestir:**

**LA CONFECCION PREFERIDAS PARA LAS PRENDAS DE VESTIR**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid	Maquina	70	51,5	51,5
	Manual	66	48,5	100,0
	Total	136	100,0	

7. **En que tipo de establecimiento adquiere sus prendas de vestir:**

**ESTABLECIMIENTO QUE ADQUIERE LAS PRENDAS DE VESTIR**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid	Ferias	32	23,5	23,5
	Almacenes	45	33,1	56,6
	Centros comerciales	59	43,4	100,0
	Total	136	100,0	

8. **¿Conoce cuáles son las prendas de vestir artesanales de la Sierra?**

**CONOCE LAS PRENDAS ARTESANALES DE LA SIERRA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid	Si	136	100,0	100,0

**PRENDAS ARTESANALES MAS CONOCIDAS DE LA SIERRA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid	Busos - Sacos	12	8,8	8,8
	Chalinas	11	8,1	16,9
	Chales	17	12,5	29,4
	Gorras	14	10,3	39,7
	Sombreros	8	5,9	45,6
	Bufandas	16	11,8	57,4
	Guantes	2	1,5	58,8
	Ponchos	56	41,2	100,0
	Total	136	100,0	

**9. Ha adquirido prendas de vestir artesanales?**

**ADQUIRIDO PRENDAS DE VESTIR ARTESANALES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid Si	136	100,0	100,0

**PRENDAS ARTESANALES MAS ADOQUIRIDAS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid Busos - Sacos	19	14,0	14,0
Chalinas	11	8,1	22,1
Chales	11	8,1	30,1
Gorras	13	9,6	39,7
Sombreros	16	11,8	51,5
Bufandas	48	35,3	86,8
Guantes	10	7,4	94,1
Ponchos	8	5,9	100,0
Total	136	100,0	

**10. Con que frecuencia compra prendas de vestir artesanales:**

**FRECUENCIA DE COMPRA DE PRENDAS DE VESTIR ARTESANALES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid No se	15	11,0	11,0
Semestral	25	18,4	29,4
Trimestral	62	45,6	75,0
Mensual	34	25,0	100,0
Total	136	100,0	

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda artesanal que sea de su total agrado?**

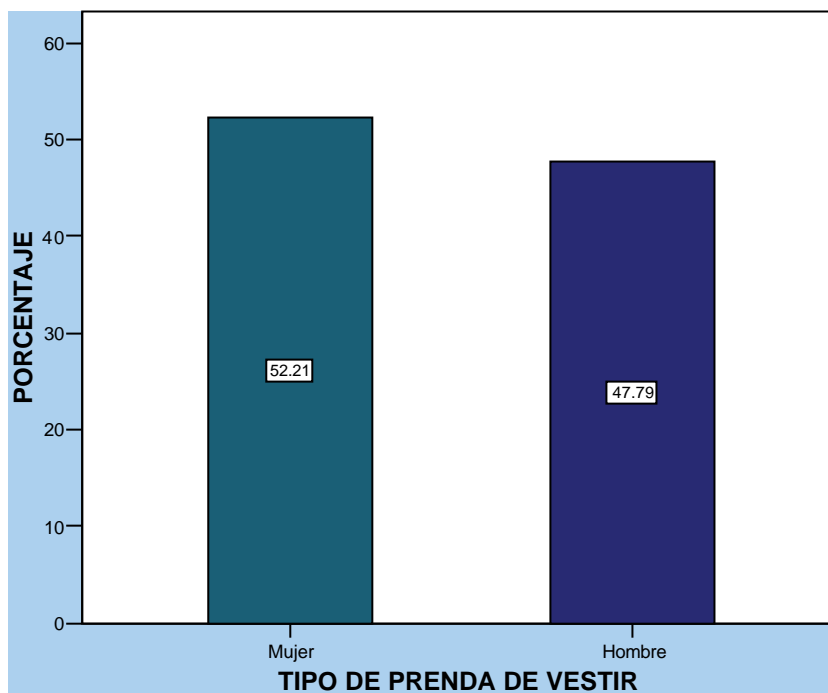
**MONTO A PAGAR DE UNA PRENDA DE VESTIR ARTESANAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid Mas de 50 dolares	11	8,1	8,1
De 31 a 50 dolares	28	20,6	28,7
De 15 a 30 dolares	74	54,4	83,1
Menos de 15 dolares	23	16,9	100,0
Total	136	100,0	

## 1.4.8 Análisis de los resultados

GRÁFICO 1.4.8.1

### QUE TIPO DE PRENDA DE VESTIR COMPRAN MAS

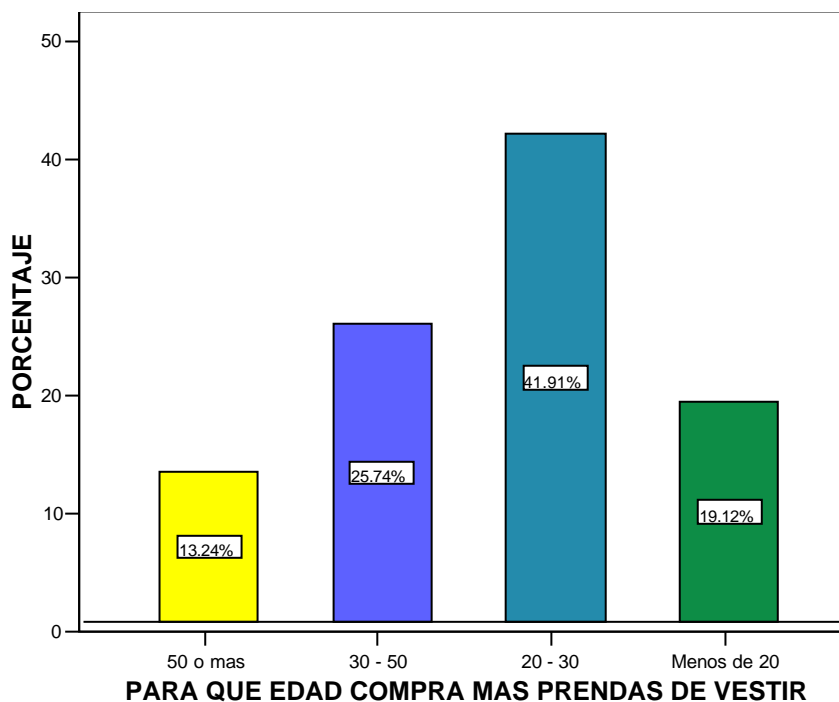


Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.1) determina que del total de 136 personas encuestadas, el 52.21% compran prendas para mujer, y el 47.79% opta por el tipo de prenda para hombre, de esto se concluye que las personas compran mas prendas para mujer.

**GRÁFICO 1.4.8.2**

**PARA QUE EDAD COMPRA MAS PRENDAS DE VESTIR**

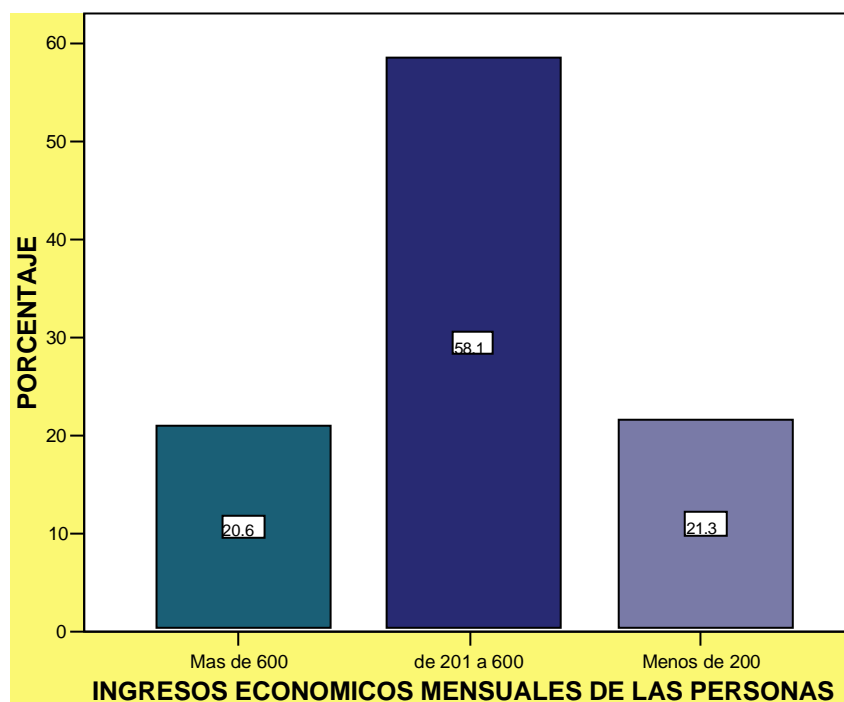


Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.2) establece que 41.91% de las personas encuestadas compran mas prendas de vestir para las edades comprendidas entre 20 hasta los 30 años, seguido por el 25.74% que compran para las edades de 30 hasta los 50 años, el 19.12% adquieren para las edades de menos de 20 años, y el 13.24% para las edades comprendidas de 50 años en adelante.

### GRÁFICO 1.4.8.3

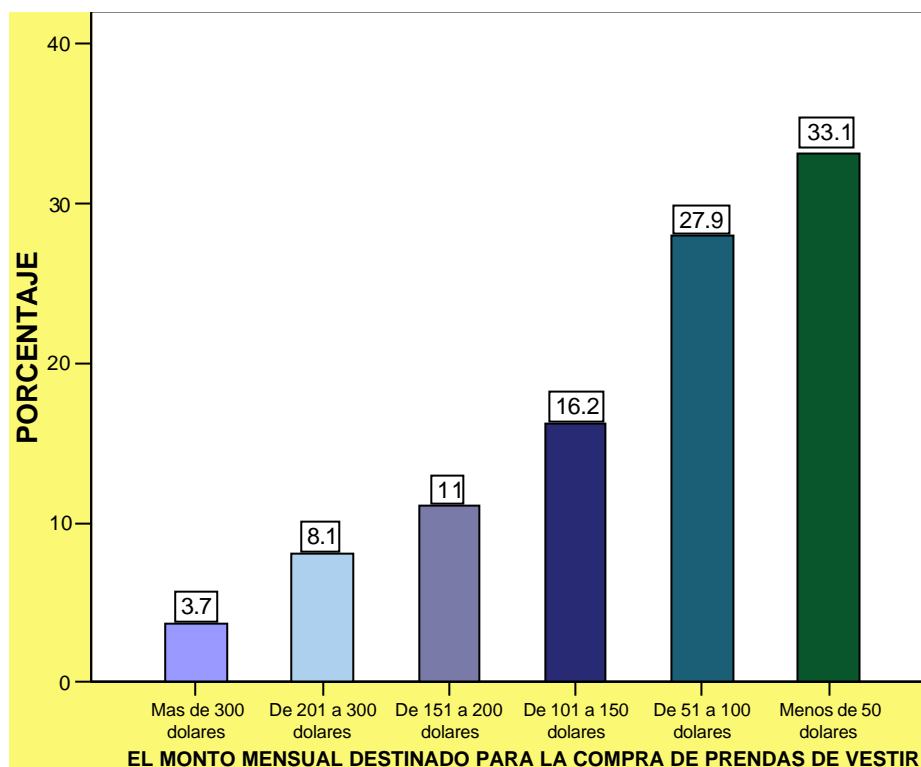
#### INGRESOS ECONÓMICOS MENSUALES DE LAS PERSONAS



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.3) observa que el 58.1% de los encuestados tienen ingresos mensuales de 201 a 600 dólares, seguido por un 21.3% que tienen sus ingresos menores a 200 dólares, y un 20.6% más de 600 dólares.

**GRÁFICO 1.4.8.4**  
**EL MONTO MENSUAL DESTINADO PARA LA**  
**COMPRA DE PRENDAS DE VESTIR**



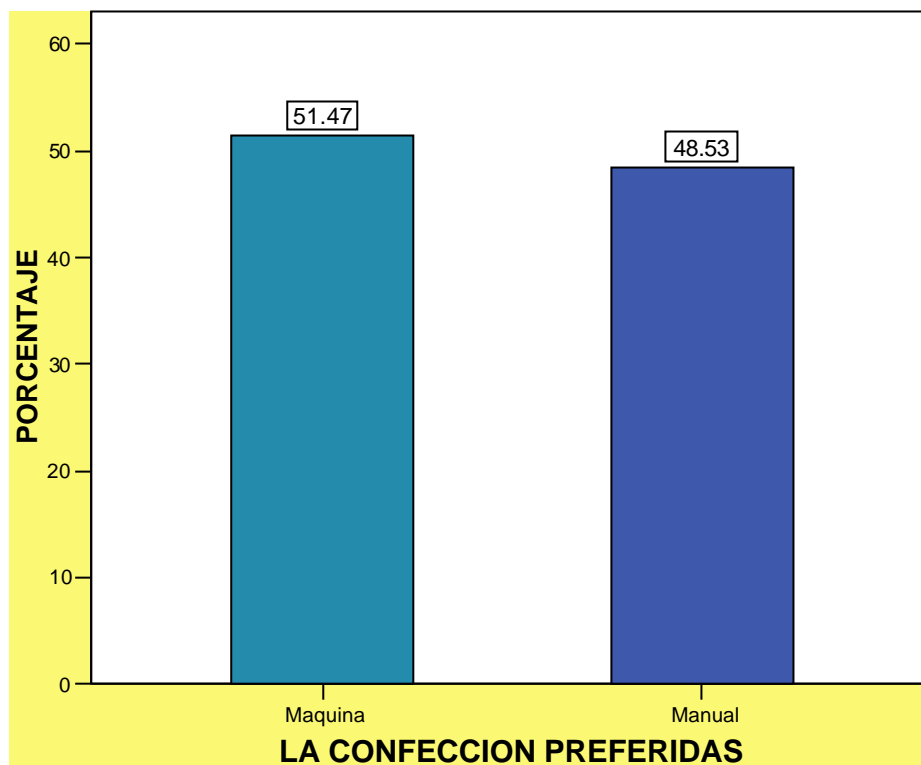
**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.4) determina que el mayor monto mensual destinado para la compra de prendas de vestir es menos de 50 dólares con 33.1% de los encuestados, seguido por el 27.9% de las personas que destinan de 51 a 100 dólares, el 16.2% de 101 a 150 dólares, el 11% de 151 a 200 dólares, el 8.1% de 201 a 300 dólares y un 3.7% mas de 300 dólares



**GRÁFICO 1.4.8.5**

**LA CONFECCION PREFERIDAS PARA LAS PRENDAS DE VESTIR**



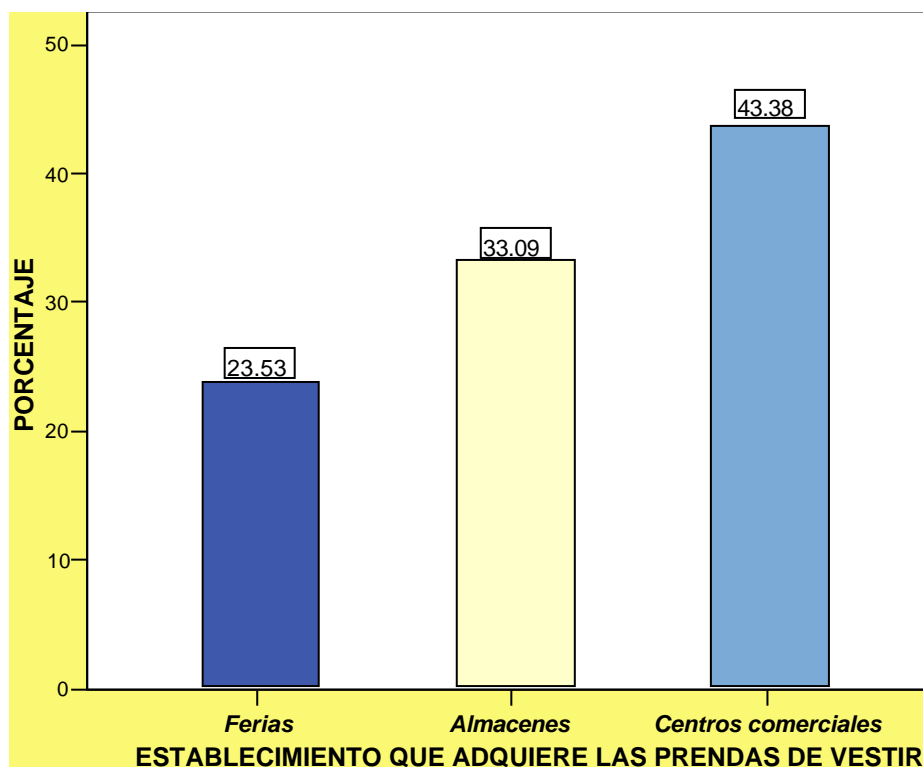
Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.5) permite visualizar que existe una pequeña diferencia en cuanto a la preferencia del tipo de confección de las prendas de vestir. El tipo de elaboración mediante maquinaria es el favorito de los encuestados pero solo con el 2.26% de diferencia frente a la elaboración manual.

Esto refleja que la técnica de elaboración manual ocupa un lugar muy importante en la hora de adquirir prendas de vestir, convirtiéndose este en factor positivo para la empresa ya que la elaboración de sus prendas es manual.

**GRÁFICO 1.4.8.6**

**ESTABLECIMIENTO QUE ADQUIERE LAS PRENDAS DE VESTIR**



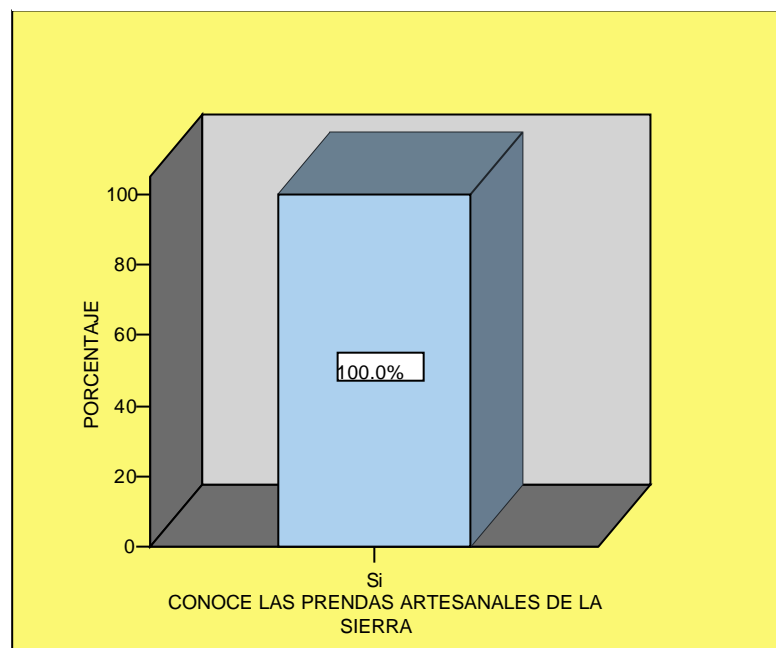
Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

En la gráfica (1.4.8.6) se concluye que el mayor porcentaje de encuestados (43.38%) prefiere realizar la compra de sus prendas de vestir en centros comerciales debido a la variedad que ahí encuentran y a las facilidades de pago que ofrecen, los almacenes son también un canal de distribución importante del expendio de ropa ya que ocupa un 33.09%. Las ferias ofrecen al público principalmente prendas artesanales a un precio cómodo es por eso que la grafica visualiza un porcentaje del 23.53% para comprar prendas de vestir.

Por tal razón tenemos tres canales de distribución con los cuales la empresa empezara sus ventas y distribución.

GRÁFICO 1.4.8.7

CONOCE LAS PRENDAS ARTESANALES DE LA SIERRA



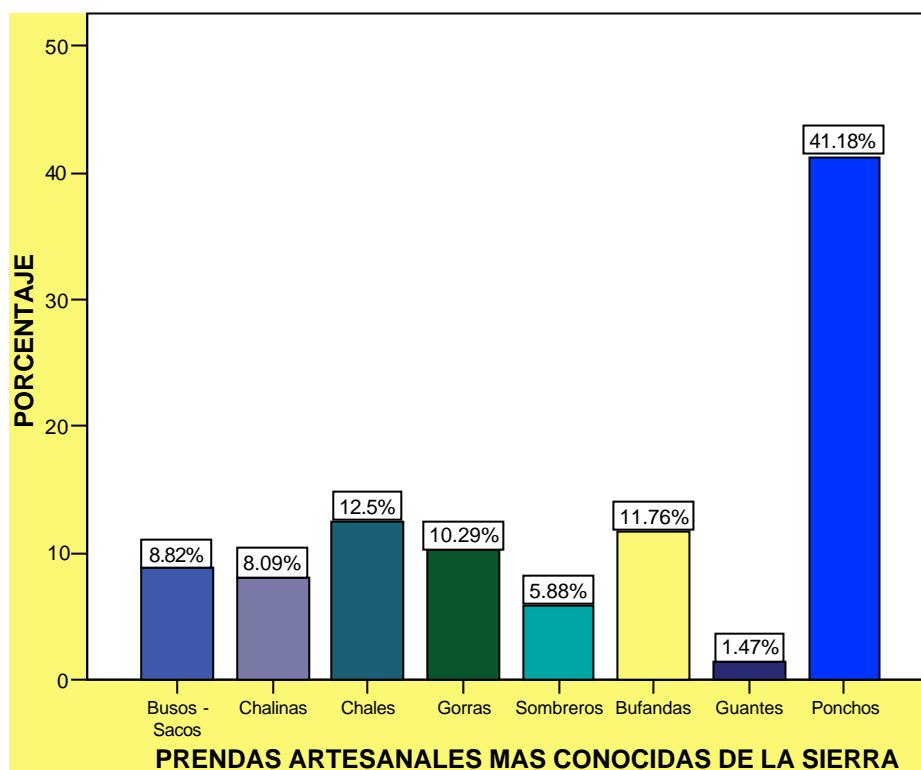
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cristian Padilla

La presente gráfica (1.4.8.7) permite observar que el total de los encuestados mostró que conoce cuáles son las prendas de vestir artesanales de la Sierra.

Este es un factor importante para este proyecto ya que las personas tienen conocimiento con respecto a las prendas elaboradas manualmente.

Las prendas artesanales se encuentran posicionadas en la mente de las personas, lo que lo hacen tener un reconocimiento que ayuda a los productores.

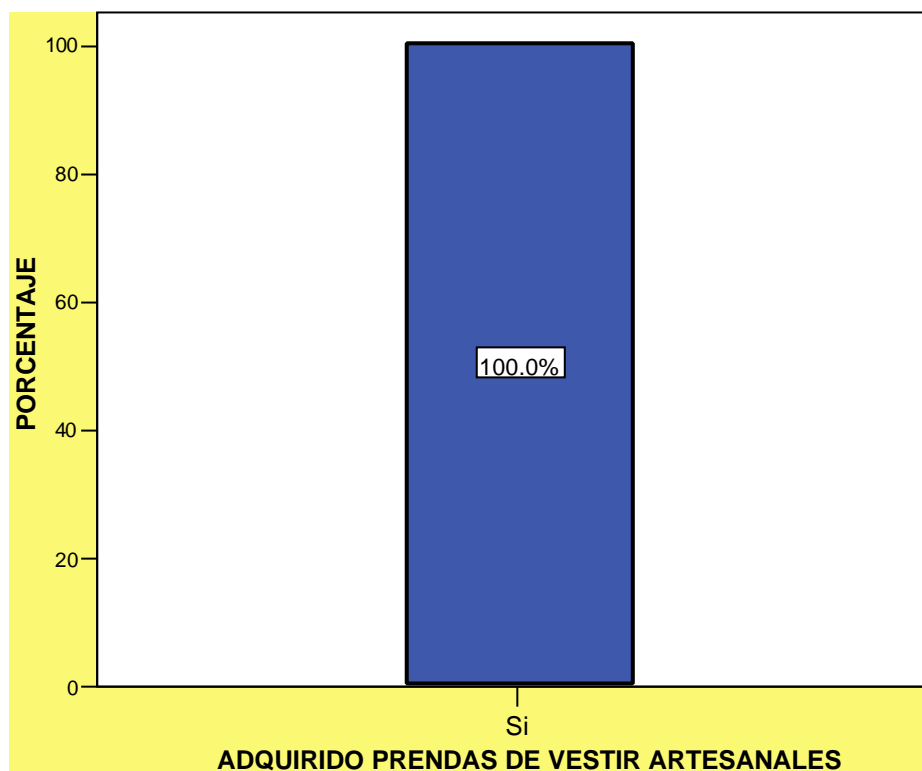
**GRÁFICO 1.4.8.8**  
**PRENDAS ARTESANALES MAS CONOCIDAS DE LA SIERRA**



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

En la gráfica (1.4.8.8) se concluye que la prenda artesanal mas conocida de la sierra son los ponchos con un 41.18%, seguido de los chales con un 12.5%, las bufandas con un 11.78%, las gorras con un 10.29%, los buzos y sacos con un 8.82%, las chalinas con un 8.09%, los sombreros con un 5.88% y por ultimo los guantes con un 1.47%.

Por lo tanto la presente gama de productos será el punto de partida para el presente proyecto

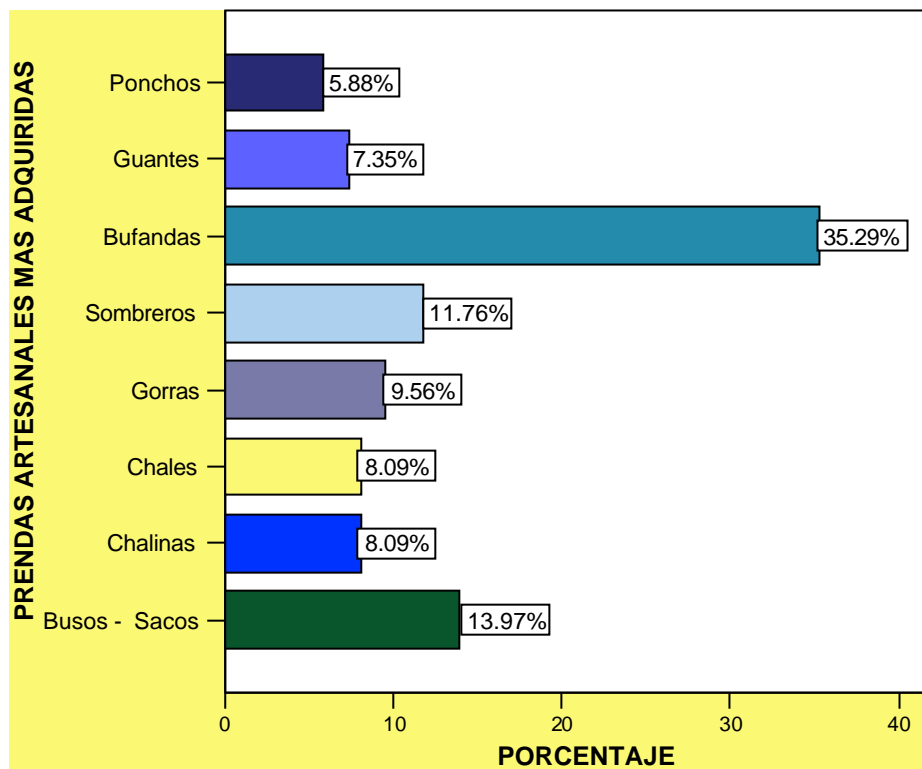
**GRÁFICO 1.4.8.9****ADQUIRIDO PRENDAS DE VESTIR ARTESANALES**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.9) deja establecer que el 100% de los encuestados a adquirido alguna vez una prenda de vestir artesanal.

El alto porcentaje de encuestados que ha comprado dichas prendas es un indicador favorable para este proyecto ya que muestra que los productos artesanales tienen una gran acogida en el mercado.

**GRÁFICO 1.4.8.10**  
**PRENDAS ARTESANALES MAS ADQUIRIDAS**

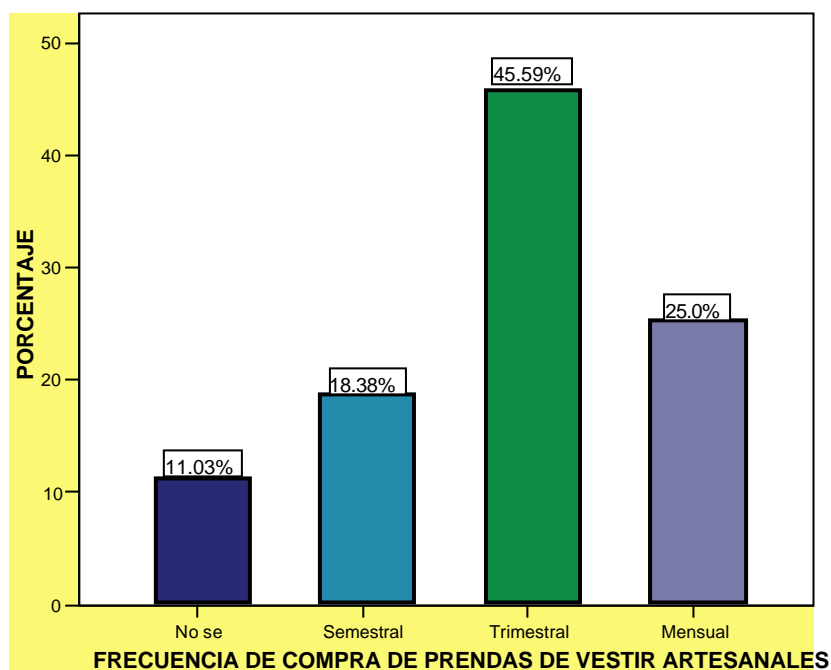


Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.10) permite observar que la prenda artesanal mas adquirida por las personas son las bufandas con un 35.29%, seguido por los buzos o sacos con un 13.97%, los sombreros con un 11.76%, las gorras con un 9.56%, los chales y las chalinas con un 8.09%, los guantes con un 7.35% y por último los ponchos con un 5.88%

En consecuencia a los reportes de la grafica se dará mayor importancia al diseño, colores, precios, textura y lana, para la confección de las bufandas. Así como para el resto de productos, pero inicialmente las bufandas serán nuestro producto estrella.

**GRÁFICO 1.4.8.11**  
**FRECUENCIA DE COMPRA DE PRENDAS DE**  
**VESTIR ARTESANALES**

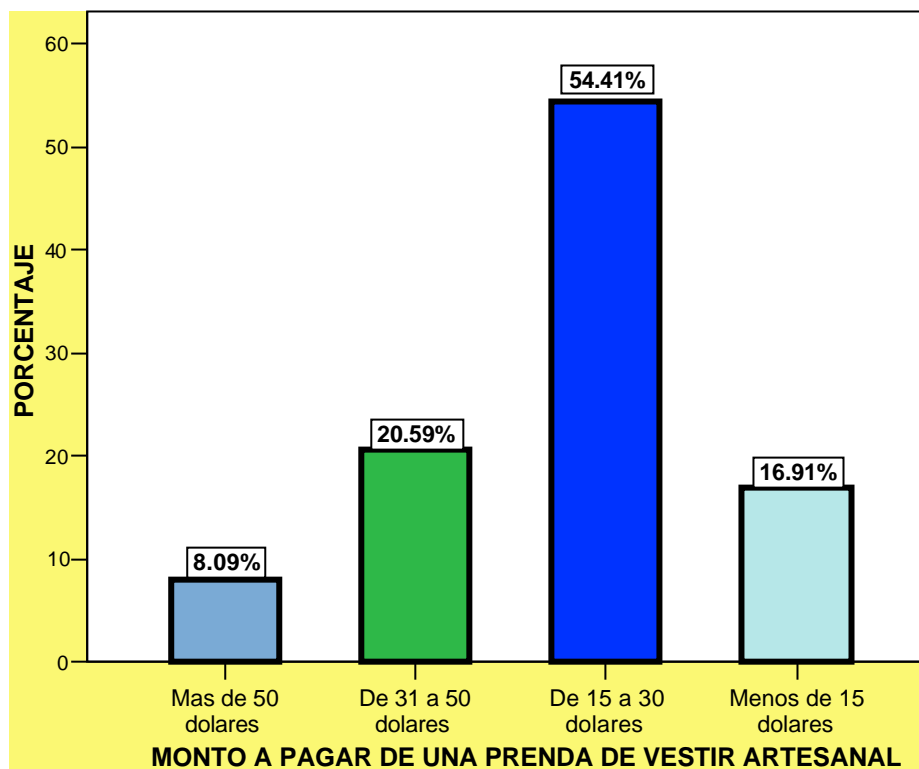


Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

En la gráfica (1.4.8.11) se concluye que la mayor parte de los encuestados, mostrando un porcentaje del 45.59% indican que efectúan la compra de prendas de vestir artesanales cada tres meses, mientras que el 25% muestran que la compra de estas prendas las realizan mensual, el 18.38% las realizan semestralmente.

El 11.03% restante de los encuestados indican que no saben cuál es su frecuencia de compra de este tipo de producto.

Con estos resultados podemos establecer la frecuencia de demanda de los productos y servirá de base para los procesos de producción.

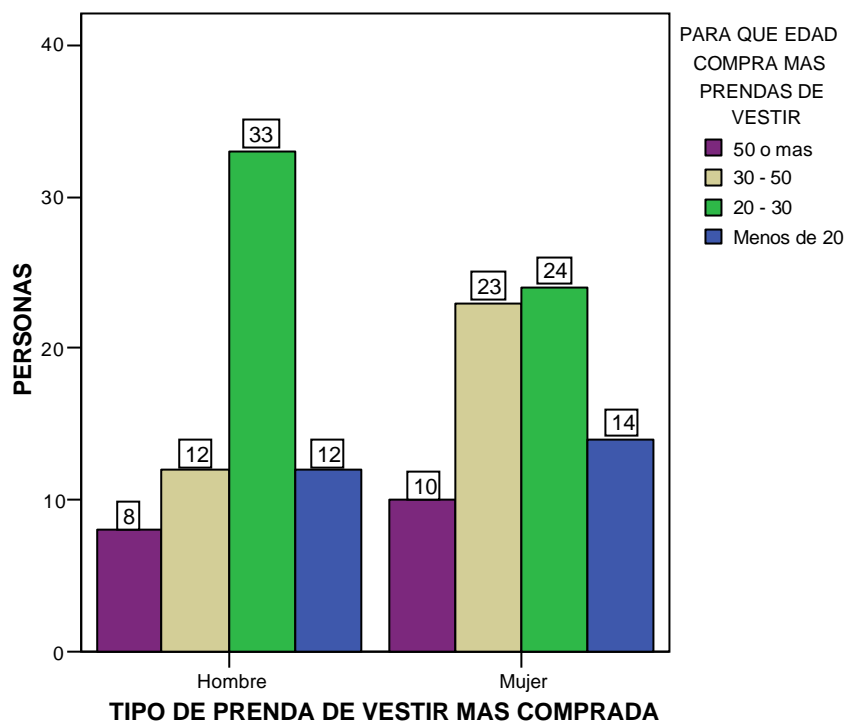
**GRÁFICO 1.4.8.12**
**MONTO A PAGAR DE UNA PRENDA DE VESTIR ARTESANAL**


Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

En la gráfica (1.4.8.12) se visualiza que el 54.41% de los encuestados están dispuesto a pagar de 15 a 30 dólares por una prenda de vestir artesanal; el segundo porcentaje mas alto que es del 20.59% muestra que pagarían de 31 a 50 dólares. El 16.91% de los encuestados indica que estaría dispuesto a pagar menos de 15 dólares y el 8.09% pagaría mas de 50 dólares por una prenda artesanal de su total agrado.



**GRÁFICO 1.4.8.13**  
**CORRELACION ENTRE TIPO DE PRENDA DE VESTIR MAS COMPRADA Y LA EDAD**



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

En La gráfica (1.4.8.13) se establece que las prendas confeccionadas para hombres tiene mas demanda con una preferencia de 33 personas en las edades comprendidas entre 20 a 30 años y 24 encuestados tienen preferencia para las prendas de mujer.

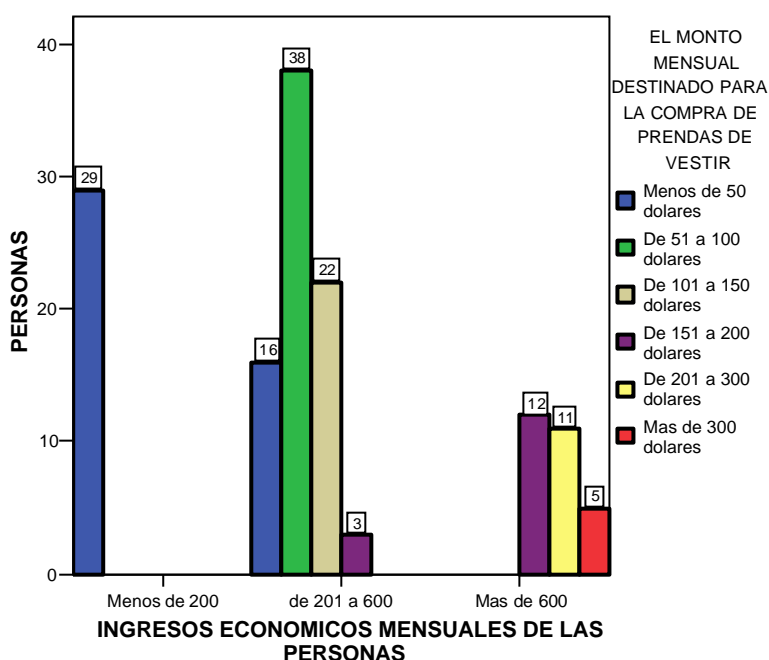
De las 136 personas encuestadas 23 de ellas tienen preferencia por las prendas de mujer y que están en un rango de edad entre 30 a 50 año, seguido por 14 personas en las edades de menos de 20 años y 10 personas mas de 50 años

Con estos resultados podemos visualizar que los procesos para la confección de los productos del presente proyecto, se debe dar prioridad a los procesos de producción

comprendidos entre las edades de 20 a 30 años y de 30 a 50 años para las prendas de hombre y mujer.

**GRÁFICO 1.4.8.14**

**CORRELACION ENTRE EL MONTO DESTINADO PARA LA COMPRA DE PRENDAS DE VESTIR Y LOS INGRESOS ECONOMICOS MENSUALES**



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

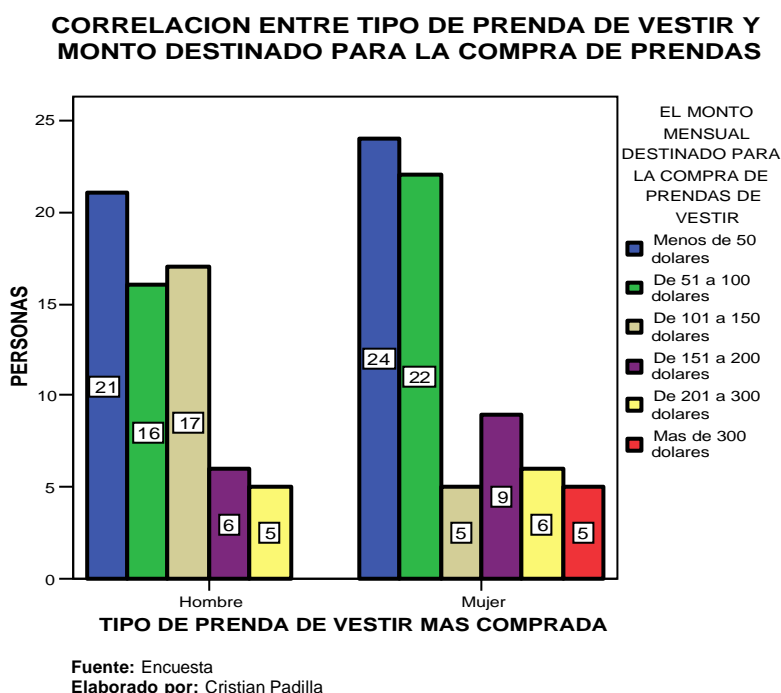
La gráfica (1.4.8.14) visualiza que de 136 personas encuestadas 38 destina de 51 a 100 dólares para la compra de prendas de vestir, 22 personas de 101 a 150 dólares y 3 de 151 a 200 dólares, estos rangos destinados para la compra de prendas de vestir son de personas que tienen sus ingresos de 201 a 600 dólares

Las personas que destinan menos de 50 dólares para la compra de prendas de vestir, 16 tiene ingreso de 201 a 600 dólares y 29 tiene ingresos de menos de 200 dólares y esto se genera por la composición del grupo familiar.

Las personas que tienen ingresos mas de 600 dólares, 12 destina de 151 a 200 dólares, 11 de 201 a 300 dólares y 5 personas mas de 300 dólares.

Por tal motivo según los resultados de la grafica podemos establecer que para el presente proyecto nuestra cadena de distribución estará establecido para la ferias que es el segmento de menos de 50 dólares de ingreso a un precio moderado para la venta, lo que para los almacenes y centros comerciales será un producto de calidad lo cual el precio será mayor que para las ferias este será para el segmento de las personas que tienen ingresos de 201 a 600 dólares y mas de 600 dólares

**GRÁFICO 1.4.8.15**

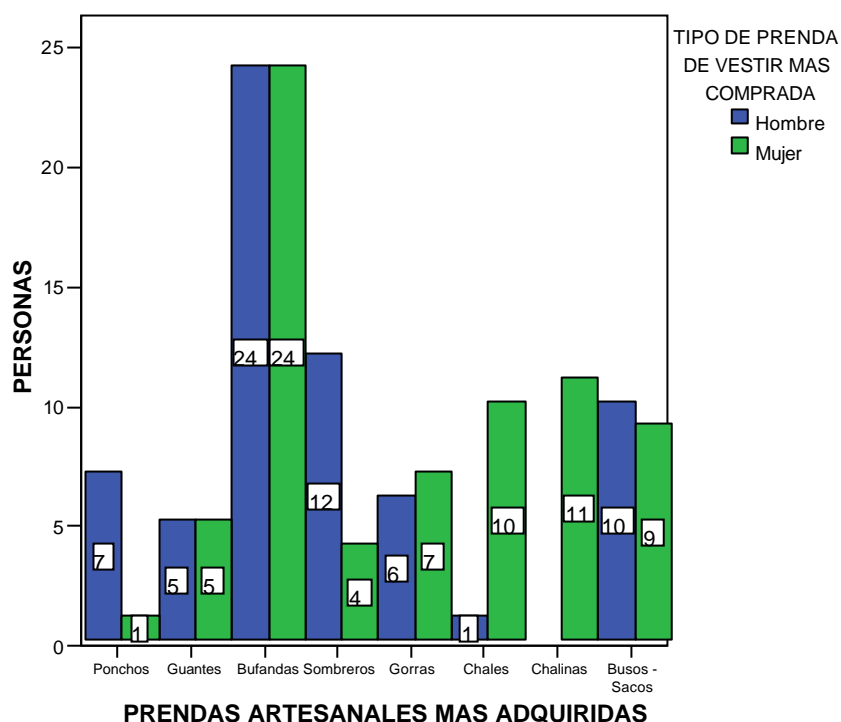


La gráfica (1.4.8.15) determina que el tipo de prenda de vestir para hombre y mujer tiene mas demanda en los ingresos de menos 50 dólares, de 51 a 100 dólares y de 101 a150 dólares, pero no hay que descartar a las prendas de las personas que tienen ingresos de 151 a mas de 200 dólares ya que este grupo al tener más ingresos gastan más en las prendas de calidad con mayor precio

Por tal razón, para este proyecto las prendas para hombre y mujer estarán dirigidas a las personas de los ingresos de 50 dólares hasta más de 200 dólares, cada una con el estándar de calidad que se requiera para la elaboración de las mismas.

**GRÁFICO 1.4.8.16**

**CORRELACION ENTRE PRENDAS ARTESANALES MAS ADQUIRIDAS CON TIPO DE PRENDA DE VESTIR**

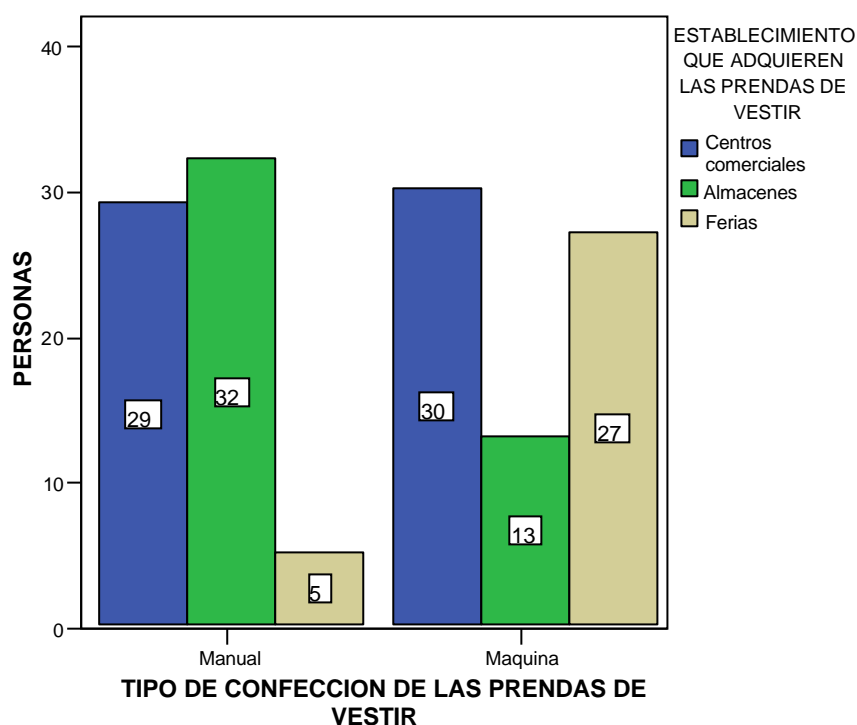


Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.16) permite concluir que la prenda artesanal mas adquirida por las personas son las bufandas para hombre y mujer con 24 personas para cada tipo de prenda, lo cual este proyecto empezara con la venta de bufandas siendo nuestro producto estrella. La presente investigación nos permite sintetizar que también hay que considerar los siguientes productos que son: los sombreros, las chalitas, chales, buzos, gorras ponchos y guantes respectivamente.

**GRÁFICO 1.4.8.17**

**CORRELACION ENTRE EL TIPO DE CONFECCION DE LAS PRENDAS DE VESTIR Y EL ESTABLECIMIENTO QUE ADQUIEREN LAS PRENDAS DE VESTIR**



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

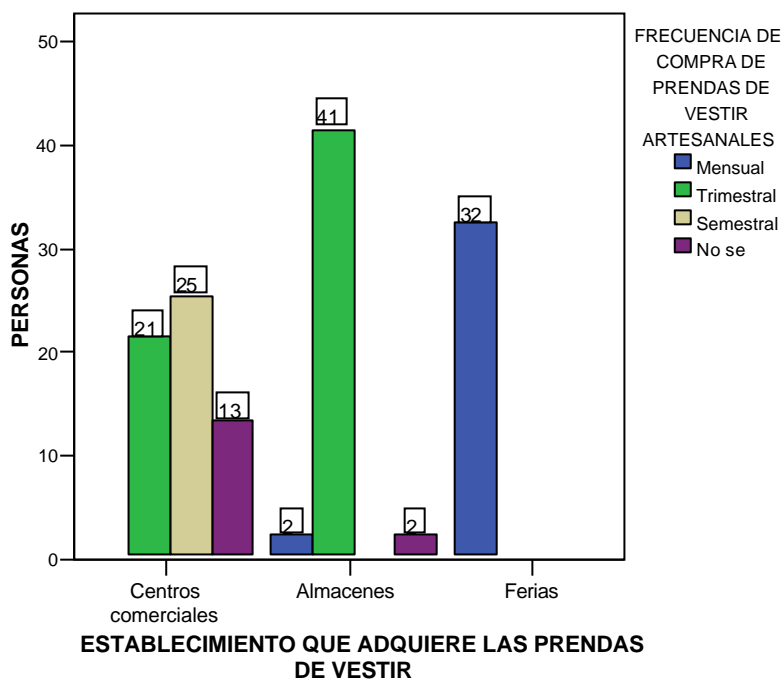
La gráfica (1.4.8.17) permite observar que las prendas de vestir confeccionadas a máquina, son las más compradas en los centros comerciales con 30 (personas), luego le sigue el canal de distribución de las ferias y consecuentemente los almacenes.

Las prendas de vestir confeccionadas a mano, son mas compradas en almacenes (32 personas), en centros comerciales (29 personas) y 5 personas en las ferias libres.

En consecuencia a los reportes de la grafica la distribución de las prendas elaboradas a mano será utilizando los canales de distribución: de almacenes y centros comerciales donde se hará énfasis en la calidad del producto, diseño, precio, color y textura a fin de cubrir al cliente potencial sus expectativas.

**GRÁFICO 1.4.8.18**

**CORRELACION ENTRE ESTABLECIMIENTO QUE ADQUIEREN LAS PRENDAS DE VESTIR Y LA FRECUENCIA DE COMPRA**



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Cristian Padilla

La gráfica (1.4.8.18) establece que en las ferias se venden mas prendas mensualmente, luego le siguen los almacenes que tienen una demanda trimestralmente y en los centros comerciales su demanda es trimestral y semestralmente.

Lo que vemos que nuestra demanda de los productos confeccionados manualmente estará a la venta en almacenes y centros comerciales y en las ferias se permitirá vender al por mayor para sacar mas rentabilidad, o sea la estrategia será precio calidad.

## 1.5. Análisis de la demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.<sup>14</sup>

### 1.5.1. Clasificación de la demanda

Para los efectos del análisis, existen varios tipos de demanda que se pueden clasificar como sigue:

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- **Demanda insatisfecha**, en la que lo producido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- **Demanda satisfecha**, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere, se puede reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
  - ❖ **Satisfecha saturada**, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en el mercado real.
  - ❖ **Satisfecha no saturada**, que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad se encuentra dos tipos:

---

<sup>14</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 14.

- **Demanda de bien social y nacionalmente necesarios**, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, al vestido, la vivienda y otros rubros.
- **Demanda de bienes no necesarios**, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- **Demanda continua**, es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo ira en aumento mientras crezca la población.
- **Demanda cíclica o estacional**, es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regabs en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en la época de calor.

De acuerdo con su destino, se reconoce dos tipos:

- **Demanda de bienes finales**, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.



- **Demanda de bienes intermediarios o industriales**, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

Para el presente proyecto las prendas de vestir elaboradas a manos estarían en relación a su necesidad con la demanda de bien social y nacionalmente necesarios ya que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento

### **1.5.2. Factores que afectan la demanda**

En el presente proyecto los factores que afectan la demanda en la compra de prendas de vestir confeccionadas a mano son las siguientes:

- **El Ingreso monetario de los consumidores.**

Este afecta ya que en la población de Saquisilí los ingresos que se destinan para la compra de prendas de vestir no son tan altos como para comprar una prenda de vestir de calidad b cual las ferias serian la compra para ellos pero hay otro sector que sus ingresos son altos y adquieren prendas de mejor calidad y con mayor precios en los almacene y centros comerciales de tal motivo vemos que los ingresos de una persona afectan en la adquisición de una prenda de vestir.

En el siguiente cuadro vemos que la población económicamente activa del cantón Saquisilí que es de 8527 dividida en los distintos sectores el cual influye a la hora de compra de una prenda de vestir.

**06. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS DE EDAD, POR SECTORES ECONÓMICOS, SEGÚN CANTONES. - COTOPAXI**  
**CENSO 2001**

**CAMPO DE ESTUDIO** ←

CANTONES	TOTAL		SECTOR PRIMARIO	SECTOR SECUNDARIO	SECTOR TERCIARIO	NO ESPECIFICADO	TRABAJADOR NUEVO
	NÚMERO	%					
PROVINCIA	141.062	100,0	71.614	22.416	41.645	4.862	525
LATACUNGA	58.884	41,7	21.527	11.242	23.288	2.524	303
LA MANA	12.385	8,8	6.398	1.388	3.788	767	46
PANGUA	8.763	6,2	5.893	1.636	1.051	170	13
PUJILÍ	23.200	16,4	14.797	3.223	4.667	462	51
SALCEDO	21.121	15,0	11.710	3.355	5.355	623	78
SAQUISILÍ	8.527	6,0	4.710	862	2.690	236	29
SIGCHOS	8.182	5,8	6.579	712	806	80	5
PORCENTAJE POR SECTORES DEL TOTAL PROVINCIAL	100,0		50,8	15,9	29,5	3,4	0,4

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Padilla

- **Precio**

Este factor influye mucho a la hora de comprar prendas de vestir ya que en el cantón Saquisilí los ingresos no son tan altos en algunas personas los cuales prefieren una prenda barata y sin calidad como en la textura, diseño los cuales compran en las ferias. Pero existe otro grupo que prefiere tener una prenda con altos índices de calidad a mayor precio y son adquiridas en almacenes y centros comerciales.

- **Gustos y preferencias**

Los gustos y preferencias de los habitantes del cantón Saquisilí influyen al momento de adquirir una prenda ya que como vimos anteriormente hay personas que les gusta una prenda con calidad (en textura, diseño y precio) como hay personas que prefieren una prenda barata.

- **Necesidad que tiene por el producto**

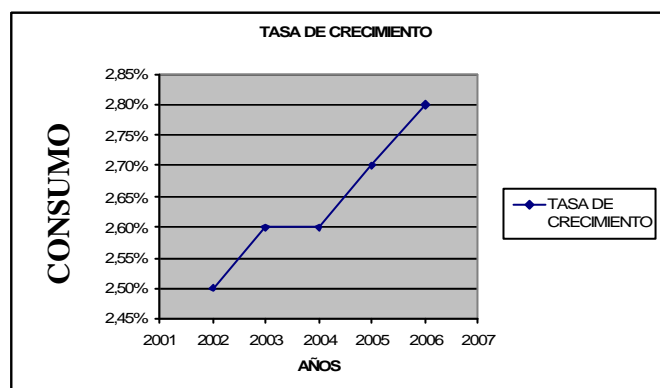
Los habitantes de Saquisilí buscan una prenda confeccionada a mano de este cantón es por eso que surge la necesidad de tener algo autóctono de la zona.

### 1.5.3. Comportamiento histórico de la demanda del producto

CUADRO 1.5.3.1

TABLA DEL COMPORTAMIENTO HISTORICO DE LA DEMANDA DE PRENDAS DE VESTIR ELABORADAS A MANO		
AÑOS	NUMERO DE PRENDAS	TASA DE CRECIMIENTO
2002	120.611	2,5%
2003	123.627	2,6%
2004	126.717	2,6%
2005	129.885	2,6%
2006	133.132	2,7%
2007	136.593	2,7%
<b>PROMEDIO</b>	<b>128.428</b>	<b>2,6%</b>

Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS  
 Elaborado por: Cristian Padilla



Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS  
 Elaborado por: Cristian Padilla

### **Análisis**

El cuadro (1.5.3.1) y la grafica permite establecer que el porcentaje de la tasa de crecimiento de la de la demanda en los últimos 5 años es de 2.6% la cual tiene una curva creciente.

#### 1.5.4. Comportamiento actual de la demanda del producto

El promedio de la tasa de crecimiento del período 2002 – 2006 es de 2.6% basándonos en la demanda histórica. Con este factor se procedió a determinar la demanda actual de prendas de vestir confeccionadas a mano:

CUADRO 1.5.4.1

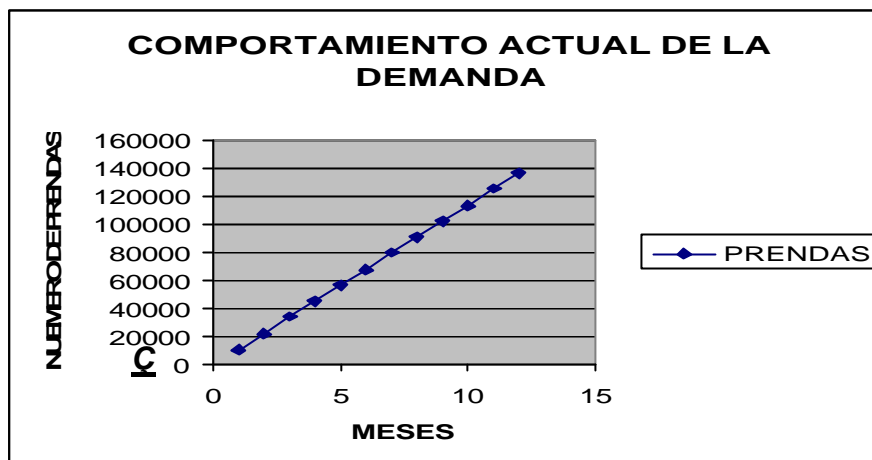
AÑOS	Numero de Prendas
2006	133.132
2007	136.593

DEMANDA DEL 2007 ←

MES	PRENDAS	TASA DE CRECIMIENTO	
ENERO	11383	8%	8%
FEBRERO	22766	17%	
MARZO	34148	25%	
ABRIL	45531	33%	
MAYO	56914	42%	
JUNIO	68297	50%	
JULIO	79679	58%	
AGOSTO	91062	67%	
SEPTIEMBRE	102445	75%	
OCTUBRE	113828	83%	
NOVIEMBRE	125210	92%	
DICIEMBRE	136593	100,00%	

CUADRO 1.5.4.2

Fuente: INVESTIGACION DIRECTA  
 Elaborado por: Cristian Padilla



### Análisis

El cuadro (1.5.4.2.) y la grafica permiten visualizar que el porcentaje de la tasa de crecimiento de la de la demanda mensual del año 2007 es de 8% la cual tiene una curva creciente.

### 1.5.5. Proyección de la demanda

El promedio de la tasa de crecimiento del período 2002 – 2006 es de 2.6% basándonos en la demanda histórica. Con este factor se procedió a determinar la proyección de la demanda de prendas de vestir confeccionadas a mano:

CUADRO 1.5.5.1

<b>TABLA DE LA PROYECCION DE LA DEMANDA</b>	
AÑOS	Numero de Prendas $M_n = M_o (1+0,026)^n$
2006	133.132
2007	136.593
2008	143.789
2009	155.298
2010	172.090
2011	195.656
2012	222.449
2013	252.910

Fuente: Investigación Directa.  
Elaborado por: Cristian padilla

$$Mn = Mo (1 +i)t$$

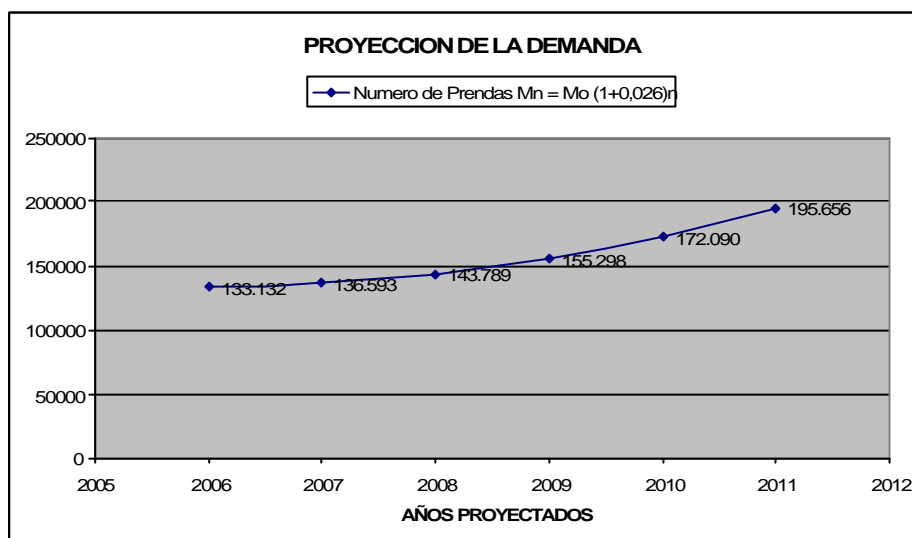
**Donde:**

**Mn** = Demanda Futura

**Mo** = Año base histórico.

**i** = Tasa de crecimiento

**t** = Años proyectados.



### Análisis

La proyección de la demanda de acuerdo a la tabla (1.5.5.1) y grafica tiene una curva creciente desde el año 2006 al año 2011.

### 1.6. Análisis de la oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (Productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”<sup>15</sup>

<sup>15</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 25.

La oferta que existe en el cantón Saquisilí de prendas elaboradas a mano es amplia pero no de este cantón sino provenientes de otros sectores lo que la necesidad de los habitantes es buscar una prenda confeccionada en Saquisilí con buenos estándares de calidad lo que sería lo autóctono del sector.

#### **1.6.1. Clasificación de la oferta**

Con el propósito del análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta:

##### **Oferta competitiva de mercado libre**

Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado esta determinada por la calidad, precio y servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

##### **Oferta oligopólica**

Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. Tratar de penetrar en este tipo de mercados no solo es riesgoso sino en ocasiones hasta imposible.

##### **Oferta monopólica**

Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo

calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá el precio y calidad.

Para el presente proyecto estaríamos en una oferta competitiva de mercado libre ya que hay productores del mismo artículo.

### 1.6.2. Factores que afectan la oferta

**Precio Insumos:** Los insumos que vamos a utilizar para la elaboración de las prendas de vestir a mano es bajo podremos ofrecer más y viceversa.

**Bienes Alternativos:** Otras prendas podemos producir utilizando los mismos insumos que usa para la producción de estas.

**Tecnología:** A mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende, mayor oferta.

**Precio Esperado:** La expectativa de un alza futura en el precio de un bien desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda y sucede lo contrario con la expectativa de una baja futura.

**Cambios Climáticos y Otros Sucesos Naturales:** El empresario esencialmente necesita de un clima favorable para que este factor no estropee sus planes de oferta



### 1.6.3. Comportamiento histórico de la oferta

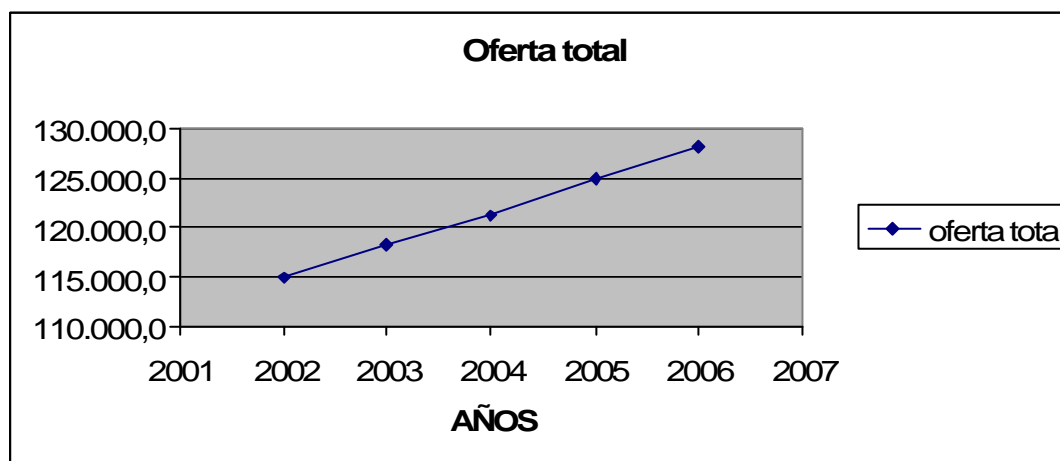
Para hablar de la oferta es preciso conocer la competencia para de esta manera establecer la cantidad de oferta que existe en el mercado y su incidencia en los últimos años a fin de determinar el comportamiento a futuro y la demanda insatisfecha de las personas en relación con las prendas confeccionadas a mano.

<b>TABLA DEL COMPORTAMIENTO HISTORICO DE LA OFERTA</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>venta de prendas confeccionadas a mano</b>	<b>importacion</b>	<b>oferta total</b>	<b>Tasa de crecimiento de la oferta</b>
2002	114.235	645,0	114.880	2,50%
2003	117.434	849,0	118.283	2,57%
2004	120.604	485,0	121.089	2,64%
2005	123.499	1451,0	124.950	2,72%
2006	126.833	1394,0	128.227	2,79%
<b>PROMEDIO</b>	120.521	965	121.486	2,64%

Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS

TABLA 1.6.3.1

Elaborado por: Cristian Padilla



Fuente: DIRECCIÓN DE COMPETITIVIDAD DE MICROEMPRESAS Y ARTESANÍAS

Elaborado por: Cristian Padilla

### Análisis

Con respecto a la tabla (10.3.3.1) y grafica anterior se puede concluir que de acuerdo a los datos, el porcentaje de crecimiento de la oferta es de 2.64%.

#### 1.6.4. Comportamiento actual de la oferta

Las empresas competidoras más importantes están ubicadas en la ciudad de Otavalo y son las que se manifiestan a continuación:

COMPETENCIA	PRODUCTO	PRECIO
<b>Román Cargo</b>	PONCHOS	\$10,00
	BUFANDAS	\$3,50
	CHALES	\$13,00
	CHALINAS	\$8,00
	GORRAS	\$2,50
	SOMBREROS	\$16,00
	COBIJAS DE BEBE	\$14,00
	ALMOHADONES	\$6,50
	GUANTES	\$2,00
<b>Quality.</b>	PONCHOS	\$15,00
	BUFANDAS	\$5,00
	CHALES	\$10,00
	CHALINAS	\$12,00
	GORRAS	\$4,00
	SOMBREROS	\$14,50
	COBIJAS DE BEBE	\$12,00
	ALMOHADONES	\$8,00
	GUANTES	\$3,00
<b>Ruana Marka.</b>	PONCHOS	\$11,50
	BUFANDAS CUADRO 1.6.4.1	\$4,00
	CHALES	\$11,50
	CHALINAS	\$9,50
	GORRAS	\$5,50
	SOMBREROS	\$13,00
	COBIJAS DE BEBE	\$12,00
	ALMOHADONES	\$7,00
	GUANTES	\$3,00
<b>Sadecom.</b>	PONCHOS	\$18,00
	BUFANDAS	\$3,00
	CHALES	\$15,00
	CHALINAS	\$11,00
	GORRAS	\$6,00
	SOMBREROS	\$18,00
	COBIJAS DE BEBE	\$15,00
	ALMOHADONES	\$9,00
	GUANTES	\$4,00
<b>Pachacutik.</b>	PONCHOS	\$13,00
	BUFANDAS	\$5,00
	CHALES	\$9,50
	CHALINAS	\$13,00
	GORRAS	\$4,00
	SOMBREROS	\$10,00
	COBIJAS DE BEBE	\$12,00
	ALMOHADONES	\$8,00
	GUANTES	\$2,50

El promedio de la tasa de crecimiento del período 2002 – 2006 es de 2.64% basándonos en la oferta histórica. Con este factor se procedió a determinar la oferta actual de prendas de vestir confeccionadas a mano

CUADRO 1.6.4.2

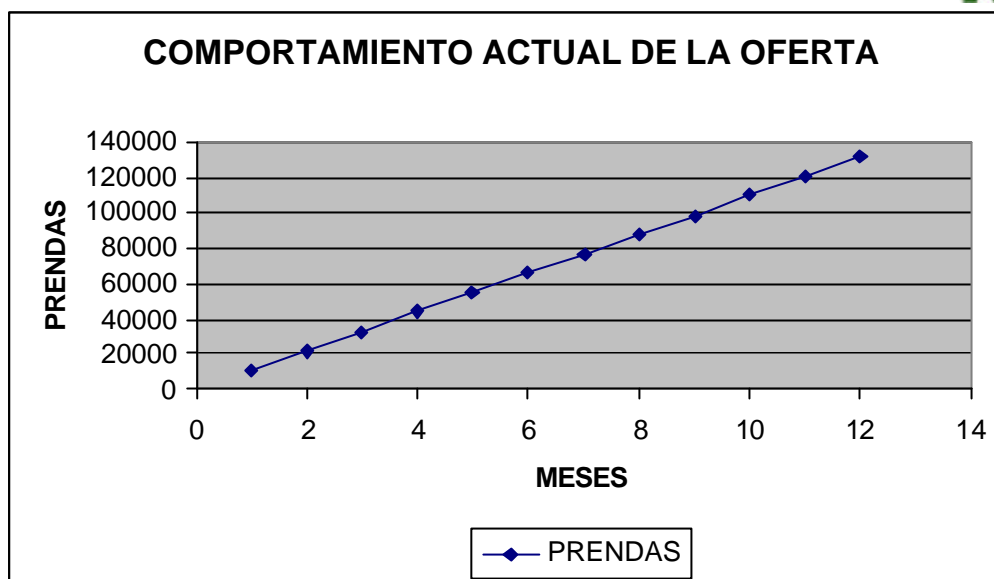
AÑOS	oferta total proyectada
2006	128227
2007	131613

**OFERTA DEL 2007** ←

TABLA 1.6.4.3

TABLA DEL COMPORTAMIENTO ACTUAL DE LA OFERTA DE PRENDAS DE VESTIR CONFECCIONADAS A MANO			
MES	PRENDAS MENSUALES	PRENDAS	TASA DE CRECIMIENTO
ENERO	10968	10968	8,33%
FEBRERO	10968	21935	16,67%
MARZO	10968	32903	25,00%
ABRIL	10968	43871	33,33%
MAYO	10968	54839	41,67%
JUNIO	10968	65806	50,00%
JULIO	10968	76774	58,33%
AGOSTO	10968	87742	66,67%
SEPTIEMBRE	10968	98709	75,00%
OCTUBRE	10968	109677	83,33%
NOVIEMBRE	10968	120645	91,67%
DICIEMBRE	10968	131613	100,00%

Fuente: Investigación Directa  
 Elaborado por: Cristian Padilla



Fuente: Investigación Directa  
 Elaborado por: Cristian Padilla

### Análisis

El cuadro (1.6.4.3) y la grafica permiten visualizar que el porcentaje de la tasa de crecimiento de la de la demanda mensual del año 2007 es de 8% la cual tiene una curva creciente.

#### **1.6.5. Proyección de la oferta**

“Al igual que la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios.”<sup>16</sup>

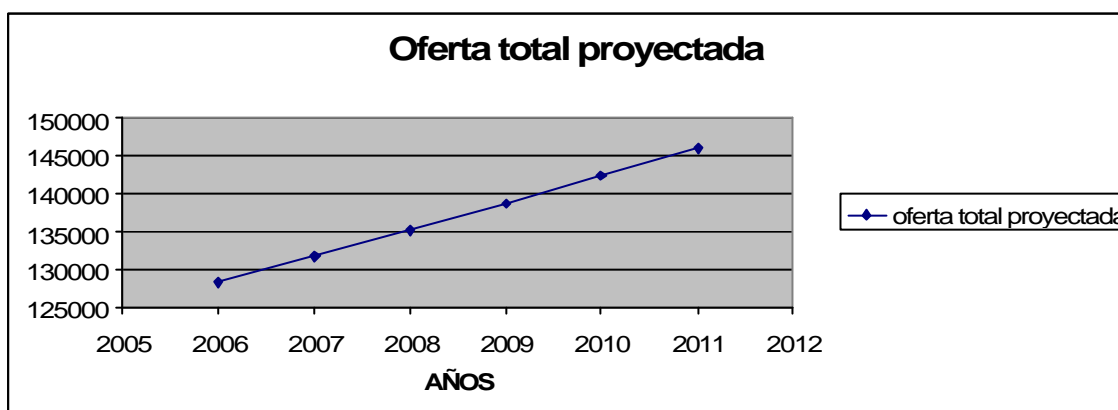
El promedio de la tasa de crecimiento del período 2002 – 2006 es de 2.64% basándonos en la demanda histórica. Con este factor se procedió a determinar la proyección de la demanda de prendas de vestir confeccionadas a mano:

<sup>16</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 28.

**CUADRO 1.6.5.1**

<b>TABLA DE PROYECCION DE LA OFERTA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA TOTAL PROYECTADA</b>
2006	128227
2007	131613
2008	135087
2009	138653
2010	14232
2011	146071

Fuente: investigación  
 Elaborado por: Cristian Padilla



### Análisis

La proyección de la oferta de acuerdo al cuadro (1.6.5.1) y grafica tiene una curva creciente desde el año 2006 al año 2011.

### **1.7. Determinación de la demanda insatisfecha**

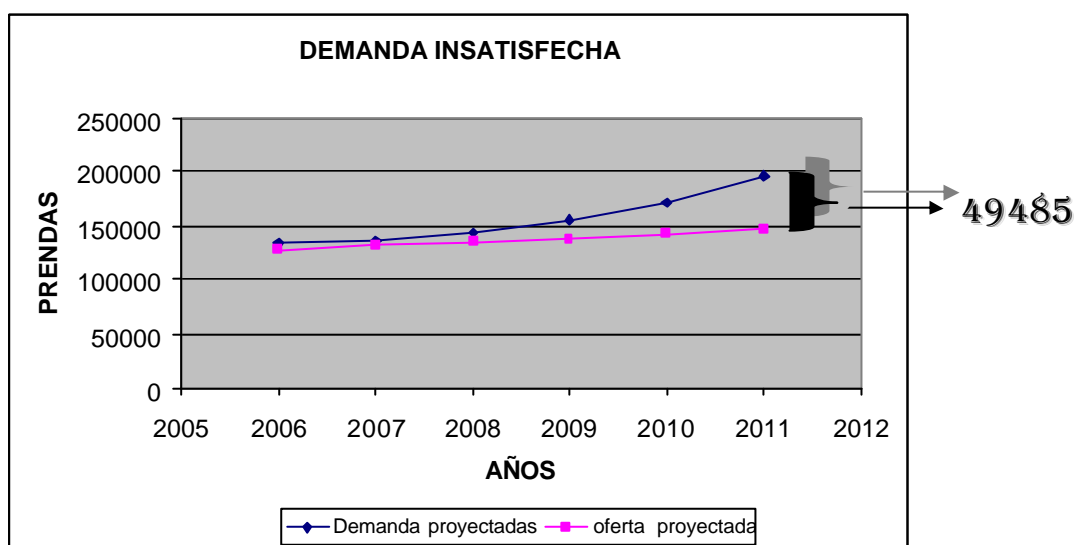
“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor

actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en los cuales se hizo el cálculo.”<sup>17</sup>

CUADRO 1.7.1

<b>TABLA DE LA DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Numero de Prendas proyectadas</b>	<b>oferta total proyectada</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2006</b>	133.132	128227	4905
<b>2007</b>	136.593	131613	4981
<b>2008</b>	143.789	135087	8702
<b>2009</b>	155.298	138653	16645
<b>2010</b>	172.090	142314	29776
<b>2011</b>	195.656	146171	49485

Fuente: investigación  
 Elaborado por: Cristian Padilla



### Análisis

La tabla (10.4.1) y la grafica permiten concluir que las prendas confeccionadas a mano tienen una demanda insatisfecha creciente del año 2006 al año 2011 (49485) lo cual es rentable implantar este proyecto.

<sup>17</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill,

## 1.8. Análisis de precios

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio”<sup>18</sup>

### 1.8.1. Factores que influyen en el comportamiento de los precios

Para determinar el precio de venta se sigue una serie de consideraciones o factores, que se mencionan a continuación:

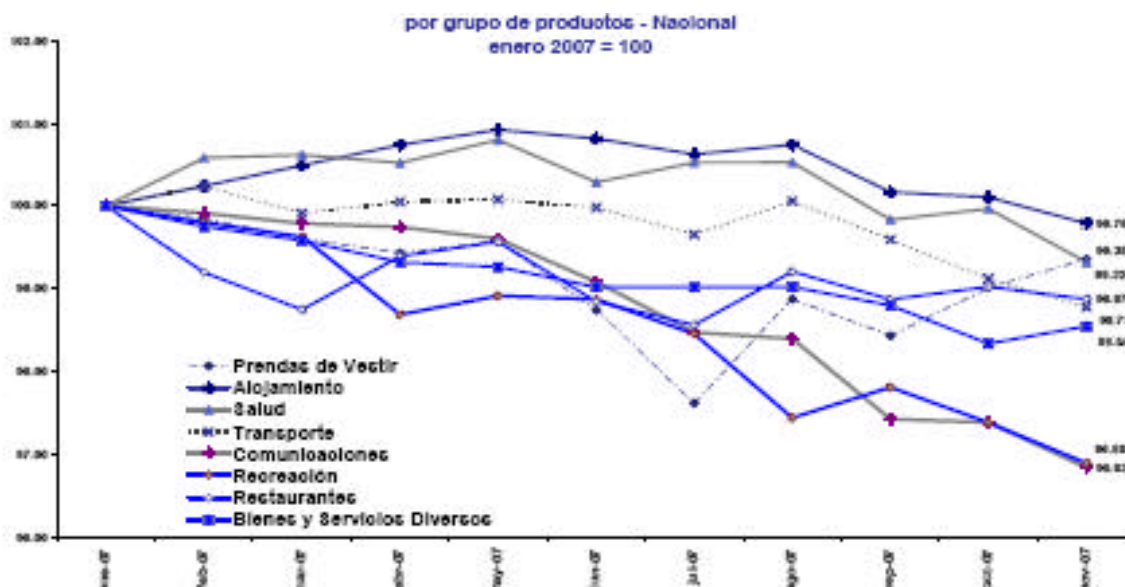
- La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, mas una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.
- El segundo factor es la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país. Existe épocas de bonanza en los países que pueden ser aprovechados para elevar un poco los precios. Existen también otras épocas de crisis económicas en donde lo que interesa es permanecer en el mercado a toda costa. Las condiciones económicas de un país influyen de manera definitiva en la fijación de los precios de venta.

---

<sup>18</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 14.

- **Índices de Precios Relativos**

Los Índices de Precios Relativos menores a 100, indican que los precios relativos han disminuido con relación a los precios registrados en el mes de enero 2006, que es el período utilizado mes de referencia. Los índices de precios relativos mayores a 100 muestran que los precios han aumentado con respecto al período base indicado anteriormente.



Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
Elaborado por: Cristian Padilla

- La reacción de la competencia es el tercer factor importante a considerar. Si existen competidores muy fuertes del producto, su primera reacción frente a un nuevo competidor probablemente sea bajar el precio del producto para debilitar al nuevo competidor. Esto a su vez provocara que el nuevo productor ajuste su precio.



- El comportamiento del revendedor es otro factor muy importante en la fijación del precio. Es sabido que al menos en el Ecuador, cada revendedor del producto tiene una ganancia que va del 20% hasta el 30% sobre el precio al que el compra el producto. Si la cadena de comercialización es larga, el precio final se duplica con facilidad. Es importante seleccionar aquellos intermediarios del producto que estén dispuestos a sacrificar un poco sus ganancias en época de ventas bajas, para no afectar mucho el precio de venta del producto.
- La estrategia de mercadeo es una de las consideraciones más importantes en la fijación del precio. Las estrategias de mercadeo serian introducirse al mercado, ganar mercado, permanecer en el mercado, costo más porcentaje de ganancia previamente fijado sin importar las condiciones del mercado, porcentaje de ganancia sobre la inversión hecha, igualar el precio del competidor mas fuerte.
- Finalmente hay que considerar el control de precios que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la llama canasta básica. Si el producto que se pretende elaborar no está de la canasta básica, entonces nunca estará sujeto a un control de precios.

### **1.8.2. Comportamiento histórico y tendencias de los precios**

Es indispensable conocer el comportamiento histórico y tendencia de los precios para de esta manera establecer el precio que las prendas se venderán en el mercado y su incidencia en los últimos.

A continuación se presenta un cuadro referente al precio en el mercado de las prendas de vestir confeccionadas a mano.

<b>PRECIOS</b>					
<b>NOMBRE</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
CHAL DE UN COLOR - ANGORA	\$ 6,65	\$ 7,60	\$ 8,55	\$ 9,12	\$9,50
CHAL DE UN COLOR - TRIZADA	\$ 6,65	\$ 7,60	\$ 8,55	\$ 9,12	\$9,50
CHAL DE UN COLOR - CABLE	\$ 5,95	\$ 6,80	\$ 7,65	\$ 8,16	\$8,50
CHAL DE UN COLOR - TUNA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL DE UN COLOR - CHURONA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL DE UN COLOR - MATIZADA	\$ 6,30	\$ 7,20	\$ 8,10	\$ 8,64	\$9,00
CHAL DE UN COLOR - EXTRA	\$ 9,45	\$ 10,80	\$ 12,15	\$ 12,96	\$13,50
CHAL DE UN COLOR - ALPACA	\$ 9,45	\$ 10,80	\$ 12,15	\$ 12,96	\$13,50
<b>CHAL COMBINADO DOS COLORES</b>					
CHAL COMBINADO DOS COLORES - ANGORA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL COMBINADO DOS COLORES - TRIZADA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL COMBINADO DOS COLORES - CABLE	\$ 6,65	\$ 7,60	\$ 8,55	\$ 9,12	\$9,50
CHAL COMBINADO DOS COLORES - TUNA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
CHAL COMBINADO DOS COLORES - CHURONA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
CHAL COMBINADO DOS COLORES - MATIZA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL COMBINADO DOS COLORES - EXTRA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00

<b>NOMBRE</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>CHAL MATIZADO VARIOS COLORES</b>					
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - ANGORA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - TRIZADA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - CABLE	\$ 6,65	\$ 7,60	\$ 8,55	\$ 9,12	\$9,50
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - TUNA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - CHURONA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - MATIZA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - EXTRA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
CHAL MATIZADO VARIOS COLORES - ALPACA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
<b>CHAL ESCOCES</b>					
CHAL ESCOCES - ANGORA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
CHAL ESCOCES - TRIZADA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
CHAL ESCOCES - CABLE	\$ 7,70	\$ 8,80	\$ 9,90	\$ 10,56	\$11,00
CHAL ESCOCES - TUNA	\$ 9,10	\$ 10,40	\$ 11,70	\$ 12,48	\$13,00
CHAL ESCOCES - CHURONA	\$ 9,10	\$ 10,40	\$ 11,70	\$ 12,48	\$13,00
CHAL ESCOCES - MATIZA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
CHAL ESCOCES - EXTRA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
CHAL ESCOCES - ALPACA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
<b>PONCHO ADULTO GRANDE</b>					
PONCHO ADULTO GRANDE - ANGORA	\$ 12,60	\$ 14,40	\$ 16,20	\$ 17,28	\$18,00
PONCHO ADULTO GRANDE - TRIZADA	\$ 12,60	\$ 14,40	\$ 16,20	\$ 17,28	\$18,00
PONCHO ADULTO GRANDE - CABLE	\$ 11,55	\$ 13,20	\$ 14,85	\$ 15,84	\$16,50
PONCHO ADULTO GRANDE - TUNA	\$ 14,00	\$ 16,00	\$ 18,00	\$ 19,20	\$20,00
PONCHO ADULTO GRANDE - CHURONA	\$ 14,00	\$ 16,00	\$ 18,00	\$ 19,20	\$20,00
PONCHO ADULTO GRANDE - MATIZA	\$ 12,60	\$ 14,40	\$ 16,20	\$ 17,28	\$18,00
PONCHO ADULTO GRANDE - EXTRA	\$ 18,90	\$ 21,60	\$ 24,30	\$ 25,92	\$27,00
PONCHO ADULTO GRANDE - ALPACA	\$ 9,80	\$ 11,20	\$ 12,60	\$ 13,44	\$14,00
<b>PONCHO NIÑA</b>					
PONCHO NIÑA - ANGORA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
PONCHO NIÑA - TRIZADA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
PONCHO NIÑA - CABLE	\$ 6,65	\$ 7,60	\$ 8,55	\$ 9,12	\$9,50
PONCHO NIÑA - TUNA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
PONCHO NIÑA - CHURONA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
PONCHO NIÑA - MATIZA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
PONCHO NIÑA - EXTRA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
PONCHO NIÑA - ALPACA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
<b>PONCHO ADULTO MEDIANO</b>					
PONCHO ADULTO MEDIANO - ANGORA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
PONCHO ADULTO MEDIANO - TRIZADA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
PONCHO ADULTO MEDIANO - CABLE	\$ 6,65	\$ 7,60	\$ 8,55	\$ 9,12	\$9,50
PONCHO ADULTO MEDIANO - TUNA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
PONCHO ADULTO MEDIANO - CHURONA	\$ 8,05	\$ 9,20	\$ 10,35	\$ 11,04	\$11,50
PONCHO ADULTO MEDIANO - MATIZA	\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 9,00	\$ 9,60	\$10,00
PONCHO ADULTO MEDIANO - EXTRA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
PONCHO ADULTO MEDIANO - ALPACA	\$ 10,50	\$ 12,00	\$ 13,50	\$ 14,40	\$15,00
<b>BUFANDA SIMPLE UN COLOR</b>					
BUFANDA SIMPLE UN COLOR - ANGORA	\$ 3,15	\$ 3,60	\$ 4,05	\$ 4,32	\$4,50
BUFANDA SIMPLE UN COLOR - TRIZADA	\$ 3,15	\$ 3,60	\$ 4,05	\$ 4,32	\$4,50
BUFANDA SIMPLE UN COLOR - CABLE	\$ 2,80	\$ 3,20	\$ 3,60	\$ 3,84	\$4,00
BUFANDA SIMPLE UN COLOR - TUNA	\$ 3,50	\$ 4,00	\$ 4,50	\$ 4,80	\$5,00
BUFANDA SIMPLE UN COLOR - CHURONA	\$ 3,50	\$ 4,00	\$ 4,50	\$ 4,80	\$5,00

### 1.8.3. Estimación de precios

MATERIA PRIMA		Precio
LANAS	Angora	\$ 0,85
	Trizada	\$ 0,75
	Cable	\$ 0,70
	Tuna	\$ 0,75
	Churona	\$ 0,85
	Matizada	\$ 0,75
	FERIAS	\$ 1,50
MANO DE OBRA	ALMACENES	\$ 2,30
	CENTROS COMERCIALES	\$ 3,00
	MANTENIMIENTO DE TELARES	\$ 1,00

### PRECIOS

#### BUFANDAS

BUFANDA CON LANA CABLE				
CANTIDAD DE LANA	Una madeja y media	COSTO	\$ 1,28	
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena	Muy buena	excelente
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferías	\$ 3,78	\$ 5,29	\$ 6,35
	Almacenes	\$ 4,58	\$ 6,41	\$ 7,69
	Centros comerciales	\$ 5,28	\$ 7,39	\$ 8,87

CHAL CON LANA ANGORA				
CANTIDAD DE LANA	Tres madejas y media	COSTO	\$ 3,01	
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena	Muy buena	excelente
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferías	\$ 5,51	\$ 7,71	\$ 9,26
	Almacenes	\$ 6,31	\$ 8,83	\$ 10,60
	Centros comerciales	\$ 7,01	\$ 9,81	\$ 11,78

BUFANDA CON LANA TRIZADA				
CANTIDAD DE LANA	Una madeja y media	COSTO	\$ 1,13	
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena	Muy buena	excelente
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferías	\$ 3,63	\$ 5,08	\$ 6,10
	Almacenes	\$ 4,43	\$ 6,20	\$ 7,44
	Centros comerciales	\$ 5,13	\$ 7,18	\$ 8,62

## CHALES

<b>CHAL CON LANA ANGORA</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Tres madejas y media	<b>COSTO</b>	\$ 3,01	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 5,51	\$ 7,71	\$ 9,26
	Almacenes	\$ 6,31	\$ 8,83	\$ 10,60
	Centros comerciales	\$ 7,01	\$ 9,81	\$ 11,78

<b>CHAL CON LANA CABLE</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Tres madejas y media	<b>COSTO</b>	\$ 2,45	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 4,95	\$ 6,93	\$ 8,32
	Almacenes	\$ 5,75	\$ 8,05	\$ 9,66
	Centros comerciales	\$ 6,45	\$ 9,03	\$ 10,84

<b>CHAL CON LANA TRIZADA</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Tres madejas y media	<b>COSTO</b>	\$ 2,60	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 5,10	\$ 7,14	\$ 8,57
	Almacenes	\$ 5,90	\$ 8,26	\$ 9,91
	Centros comerciales	\$ 6,60	\$ 9,24	\$ 11,09

## CHALINAS

<b>CHALINA CON LANA CABLE</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Dos madejas	<b>COSTO</b>	\$ 1,40	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 3,90	\$ 5,46	\$ 6,55
	Almacenes	\$ 4,70	\$ 6,58	\$ 7,90
	Centros comerciales	\$ 5,40	\$ 7,56	\$ 9,07

<b>CHALINA CON LANA TRIZADA</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Dos madejas	<b>COSTO</b>	\$ 1,50	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 4,00	\$ 5,60	\$ 6,72
	Almacenes	\$ 4,80	\$ 6,72	\$ 8,06
	Centros comerciales	\$ 5,50	\$ 7,70	\$ 9,24

<b>CHALINA CON LANA ANGORA</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Dos madejas	<b>COSTO</b>	\$ 1,70	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 4,20	\$ 5,88	\$ 7,06
	Almacenes	\$ 5,00	\$ 7,00	\$ 8,40
	Centros comerciales	\$ 5,70	\$ 7,98	\$ 9,58

## PONCHOS

<b>PONCHO CON LANA CABLE</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Cuatro madejas y media	<b>COSTO</b>	\$ 3,15	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 5,65	\$ 7,91	\$ 9,49
	Almacenes	\$ 6,45	\$ 9,03	\$ 10,84
	Centros comerciales	\$ 7,15	\$ 10,01	\$ 12,01

<b>PONCHO CON LANA CABLE</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Cuatro madejas y media	<b>COSTO</b>	\$ 3,15	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 5,65	\$ 7,91	\$ 9,49
	Almacenes	\$ 6,45	\$ 9,03	\$ 10,84
	Centros comerciales	\$ 7,15	\$ 10,01	\$ 12,01

<b>PONCHO CON LANA TRIZADA</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Cuatro madejas y media	<b>COSTO</b>	\$ 3,38	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 5,88	\$ 8,23	\$ 9,88
	Almacenes	\$ 6,68	\$ 9,35	\$ 11,22
	Centros comerciales	\$ 7,38	\$ 10,33	\$ 12,40

## GORRAS

<b>GORRA CON LANA ANGORA</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Una madeja	<b>COSTO</b>	\$ 0,85	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 3,35	\$ 4,69	\$ 5,63
	Almacenes	\$ 4,15	\$ 5,81	\$ 6,97
	Centros comerciales	\$ 4,85	\$ 6,79	\$ 8,15

<b>GORRA CON LANA TRIZADA</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Una madeja	<b>COSTO</b>	\$ 0,75	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 3,25	\$ 4,55	\$ 5,46
	Almacenes	\$ 4,05	\$ 5,67	\$ 6,80
	Centros comerciales	\$ 4,75	\$ 6,65	\$ 7,98

<b>GORRA CON LANA CABLE</b>				
<b>CANTIDAD DE LANA</b>	Una madeja	<b>COSTO</b>	\$ 0,70	
<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>Buena</b>	<b>Muy buena</b>	<b>excelente</b>
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Ferias	\$ 3,20	\$ 4,48	\$ 5,38
	Almacenes	\$ 4,00	\$ 5,60	\$ 6,72
	Centros comerciales	\$ 4,70	\$ 6,58	\$ 7,90

## COBIJAS DE BEBE

COBIJAS DE BEBE CON LANA ANGORA				
CANTIDAD DE LANA	Tres madejas	COSTO	\$ 2,55	
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena	Muy buena	excelente
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferias	\$ 5,05	\$ 7,07	\$ 8,48
	Almacenes	\$ 5,85	\$ 8,19	\$ 9,83
	Centros comerciales	\$ 6,55	\$ 9,17	\$ 11,00

COBIJAS DE BEBE CON LANA TRIZADA				
CANTIDAD DE LANA	Tres madejas	COSTO	\$ 2,25	
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena	Muy buena	excelente
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferias	\$ 4,75	\$ 6,65	\$ 7,98
	Almacenes	\$ 5,55	\$ 7,77	\$ 9,32
	Centros comerciales	\$ 6,25	\$ 8,75	\$ 10,50

COBIJAS DE BEBE CON LANA CABLE				
CANTIDAD DE LANA	Tres madejas	COSTO	\$ 2,10	
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena	Muy buena	excelente
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferias	\$ 4,60	\$ 6,44	\$ 7,73
	Almacenes	\$ 5,40	\$ 7,56	\$ 9,07
	Centros comerciales	\$ 6,10	\$ 8,54	\$ 10,25

### 1.8.4. Tendencia de precios

Para determinar la tendencia de precios vamos a escoger dos de nuestros productos la cual se medirá con la inflación que tiene el Ecuador.

INFLACION ANUAL	
FECHA	VALOR
Noviembre -30-2007	2.70 %

→ INFLACION

Fuente: Banco central del Ecuador  
Elaborado por: Cristian Padilla

CHAL CON LANA ANGORA					
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena			
		2007	2008	2009	2010
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferias	\$ 5.51	\$ 5.66	\$ 5.81	\$ 5.97
	Almacenes	\$ 6.31	\$ 6.48	\$ 6.66	\$ 6.84
	Centros comerciales	\$ 7,01	\$ 7,20	\$ 7,39	\$ 7,59

Fuente: Banco central del Ecuador  
Elaborado por: Cristian Padilla

BUFANDA CON LANA ANGORA					
CALIDAD DEL PRODUCTO		Buena			
		2007	2008	2009	2010
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Ferias	\$ 3,78	\$ 3,88	\$ 3,99	\$ 4,09
	Almacenes	\$ 4,58	\$ 4,70	\$ 4,83	\$ 4,96
	Centros comerciales	\$ 5,28	\$ 5,42	\$ 5,57	\$ 5,72

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Cristian Padilla

Con las anteriores tablas podemos observar que la tendencia en los precios de las prendas de vestir confeccionadas a mano tiende a la alza para los siguientes años según la inflación del 2007.

### 1.8.5. Mercadeo y comercialización

#### Comercialización

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”<sup>19</sup>

#### Mercadeo

Conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios. Proceso de planear y realizar la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios que producen intercambios que satisfacen los objetivos del individuo y de las organizaciones.”<sup>20</sup>

<sup>19</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 14.

<sup>20</sup><http://www.mercadeo.com/glosario.htm>

## Estrategias de producto

- Las diversas líneas de productos que conforman la gama del presente proyecto tendrá diferentes presentaciones en cuanto a empaque.
- Las prendas confeccionadas a mano serán de diferente diseño, color y apariencia.
- Implantar un servicio de atención al cliente adecuado y crear una línea gratuita (1- 800 pallana, 1 – 800 725526) para reclamos, pedidos y sugerencias para los puntos de distribución para almacenes y centros comerciales.
- Diseñar y formular procesos que permitan obtener la certificación de calidad.
- Se diseñara diferentes líneas de prendas de vestir para los mercados como ferias, almacenes y centros comerciales tomando en cuenta los gustos y preferencias, así como los estilos de vida de las personas.
- Maximizar la cadena productiva con el propósito de reducir costos operativos, disminuir tiempos y mejorar la gestión productiva y administrativa
- Adquirir Tecnología con recursos propios o alianzas estratégicas con proveedores a fin de disponer tecnología acorde a la demanda



### **Estrategias de precios**

- Se implantarán diferentes precios para la venta en ferias, almacenes y centros comerciales.
- Se establecerá los niveles de precios en las etapas de introducción, crecimiento, madurez y declive.
- Los descuentos y ofertas serán diferentes para las ferias, almacenes y centros comerciales así como las temporadas de baja demanda.
- Conceder descuentos de acuerdo a la cantidad de productos que requiera una persona ya sea natural o jurídica.

### **Estrategias de plaza**

- Los canales de distribución de prendas de vestir serán las ferias, almacenes y centros comerciales
- La cobertura de mercado será local, provincial, nacional y con miras a exportar.
- El cliente potencial para el presente proyecto serán los jóvenes de 20 a 30 años de las localidades

## Estrategias de comunicación

- Realizar publicidad de las prendas artesanales con una promoción del 50% de descuento para almacenes y ferias.
- Realizar publicidad de las prendas para los centros comerciales con la promoción de 2 x 1 en toda prenda.
- Realizar MERCHANDISING para almacenes y centros comerciales para llamar la atención, llevar al cliente al producto y facilitar la acción de compra.
- Formar parte de las principales ferias artesanales del país.
- Se dará prioridad a almacenes y centros comerciales con relaciones públicas.
- Se establecerá bases de datos diferentes para almacenes, ferias y centros comerciales

## CAPITULO II

---

### 2. Estudio técnico

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Que materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?

Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora-hombre; hora-maquinaria; etc.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

El estudio técnico para el presente proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

- a. El estudio de materias primas
- b. Localización general y específica del proyecto
- c. Dimensión o tamaño de la planta
- d. El estudio de ingeniería del proyecto

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emana el estudio de mercado con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto.

## 2.1. Tamaño del proyecto

“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”<sup>21</sup>

El objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de evolución del proyecto.

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.

Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

La importancia del dimensionamiento, en el contexto de estudio de factibilidad, radica en que sus resultados se constituyen en parte fundamentales para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que habrán de adquirirse. Tales especificaciones serán requeridas a su vez, para determinar aspectos económicos y financieros sobre los montos de inversión que representan cada tipo de activo y de manera global, que serán empleados en el cálculo de los costos y gastos que derivan de uso y que se emplearán, posteriormente, en la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

En la determinación del tamaño de un proyecto existen, por lo menos, dos puntos de vista: El técnico o de ingeniería y el económico. El primero define a la capacidad o tamaño como el nivel máximo de producción que puede obtenerse

---

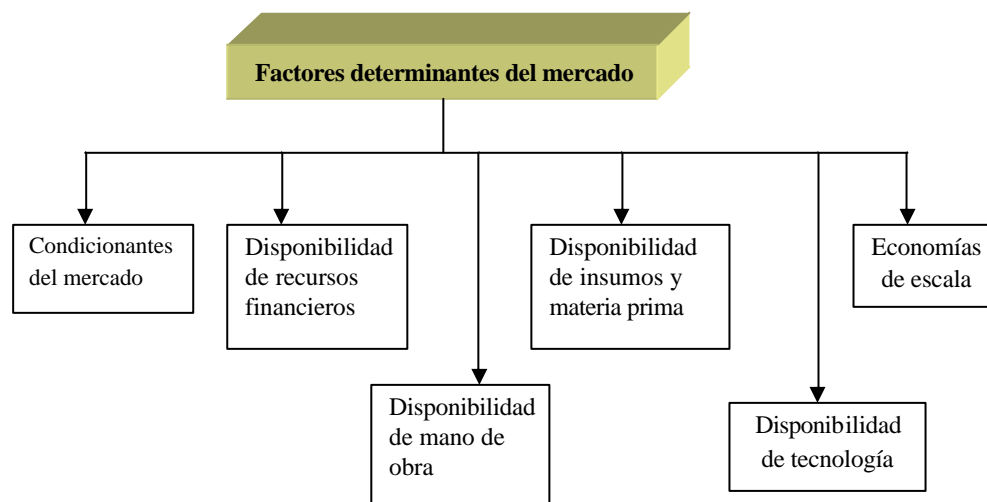
<sup>21</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 84.

de una operación con determinados equipos e instalaciones. Por su parte, el económico define la capacidad como el nivel de producción que, utilizando todos los recursos invertidos, reduce al mínimo los costos unitarios o bien, que genera las máximas utilidades.

Hacer demasiado énfasis en la búsqueda de soluciones óptimas desde el punto de vista técnico, dejando de lado el punto de vista económico, es un error que se comete con frecuencia, y que priva al proyecto en su conjunto de la competitividad que implica menores costos y gastos tanto de tipo operativo como financieros.

### 2.1.1. Factores determinantes del proyecto

Para determinar y optimizar la capacidad de una planta de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuales se puede escoger, se reducen a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados, los cuales se analizan detalladamente a continuación:



En el presente proyecto de estudio los factores anteriormente enunciados están integrados y alineados de acuerdo a la demanda del mercado.

#### **2.1.1.1. Condicionantes del mercado**

La demanda no satisfecha o por satisfacer, es uno de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño. Si el tamaño propuesto para la instalación de una fábrica de telares fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso, por que la única constante del mercado es el cambio ya sea por el ingreso de los competidores, la generación de productos sustitutos, hábitos del consumo de la población y estilos de vida de la misma.

Deberán considerarse las variaciones de la demanda en función del ingreso, de los precios (elasticidad-precio de la demanda), de los factores demográficos, de los cambios en la distribución geográfica del mercado (dimensión del mercado) y de la influencia del tamaño en los costos.

En el presente proyecto está considerado la variable demográfica, los precios a fin de que tenga el éxito en la fase de penetración de los productos al mercado.

La decisión sobre el tamaño de la planta dependerá esencialmente del resultado que se obtenga al comparar el costo de oportunidad sobre la inversión ociosa contra los costos de ampliación futura, incluyendo el costo correspondiente a las inversiones necesarias para efectuar dicha ampliación.

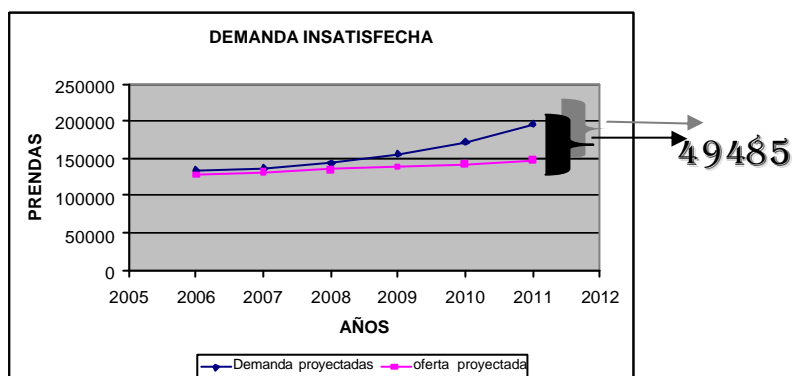
Para el presente proyecto La información sobre la Demanda insatisfecha se obtiene del balance de la oferta y Demanda proyectada obtenida en el estudio de Mercado. El Análisis de este punto permite seleccionar el Tamaño del Proyecto.

CUADRO 1.71

<b>TABLA DE LA DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>oferta proyectada</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2006</b>	133.132	128227	4905
<b>2007</b>	136.593	131613	4981
<b>2008</b>	143.789	135087	8702
<b>2009</b>	155.298	138653	16645
<b>2010</b>	172.090	142314	29776
<b>2011</b>	195.656	146171	49485

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Cristian Padilla



Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Cristian Padilla

Como se observa en la tabla y gráfica la demanda insatisfecha para el año 2011 es de 49485 prendas para confeccionar

<b>TABLA DE LA DEMANDA INSATISFECHA</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>AÑO</b>	<b>DIA</b>
<b>2006</b>	4905	13
<b>2007</b>	4981	14
<b>2008</b>	8702	24
<b>2009</b>	16645	46
<b>2010</b>	29776	82
<b>2011</b>	49485	136

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Cristian Padilla

La producción diaria para el año 2008 es de 24 prendas de vestir

### **2.1.1.2. Disponibilidad de recursos financieros**

La organización de como la dirección, distribuirá y aplicará los dineros destinados para cada actividad, es el ingrediente más efectivo para ejecutar todas y cada una de las actividades y tareas que componen el proceso administrativo.

La asignación de recursos financieros, previamente planeados por centro de gastos y costos, permitirá el uso racional de ellos y por lo tanto la obtención de los resultados esperados en la operación, así mismo la colocación de esos recursos en el sitio correcto y con los rendimientos favorables, darán cumplimiento a sus compromisos y obligaciones contraídas por la empresa.<sup>22</sup>

Los recursos para cubrir las necesidades del proyecto que es de iniciativa privada pueden provenir de dos fuentes principales:

- Del capital social suscrito y pagado por los accionistas de la empresa
- De los créditos que se pueden obtener de instituciones bancarias o financieras y de proveedores.

Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños, sería aconsejable seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y mejores rendimientos de capital.

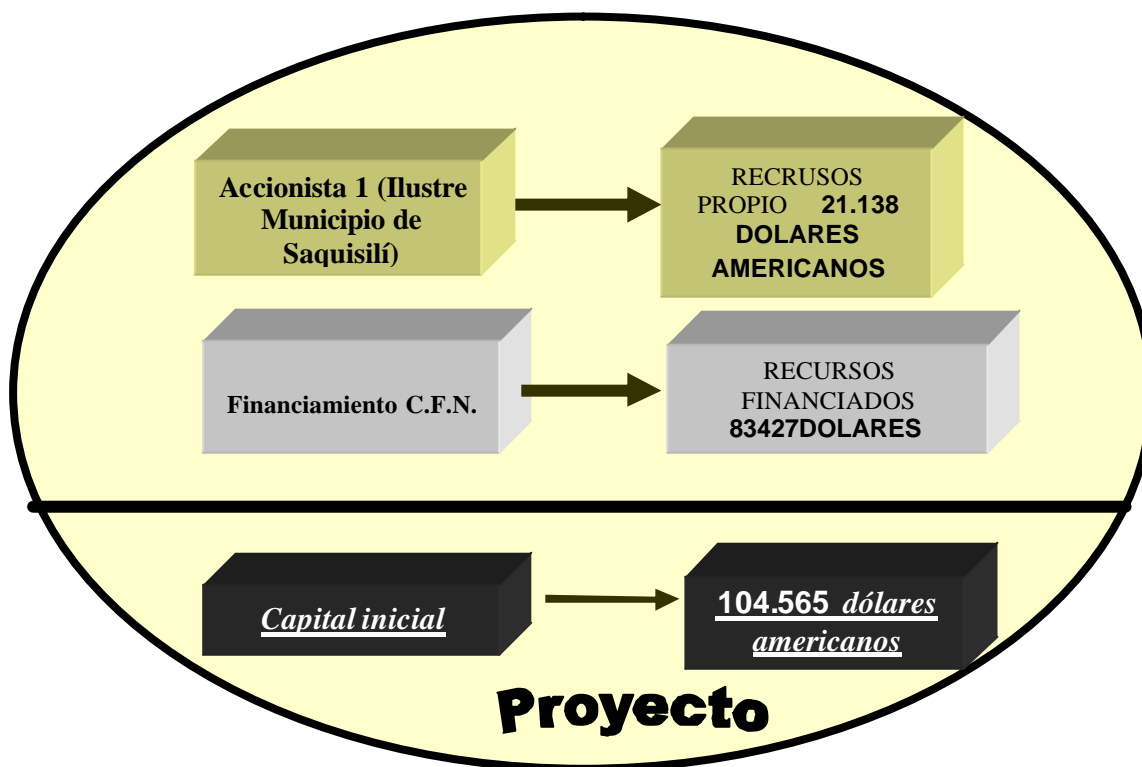
---

<sup>22</sup><http://www.mailxmail.com/curso/empresa/principiosadministrativos/capitulo5.htm>



Si existe flexibilidad en la instalación de la planta (si el equipo y tecnología lo permiten) se puede considerar como una alternativa viable, la instalación del proyecto por etapas a efecto de cumplir acorde a la demanda del mercado y los recursos financieros disponibles.

El capital inicial que se cuenta para empezar el presente proyecto es el siguiente:



Elaborado por: Cristian Padilla

### 2.1.1.3. Disponibilidad de mano de obra

Después de determinar el tamaño óptimo para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y dirección; la incidencia de los costos de mano de obra en los costos de operación es muy

fuerte, se deberán analizar las alternativas de tiempos de operación menores, utilizando plantas de mayor capacidad.

La incidencia de este factor es importante, sobre todo si la mano de obra requerida es de alta calificación o especializada. El esquema para analizar ésta fuerza locacional, considerando constantes los demás factores es:

- Determinar cualitativa y cuantitativamente los diversos tipos de mano de obra necesarias en la operación de la futura planta.
- Investigar cuáles son los niveles de sueldos y salarios en las posibles localizaciones del proyecto y su disponibilidad.

De acuerdo con la situación que se encuentre en cada alternativa de localización, se estima la incidencia de la mano de obra en el costo total de producción, verificando si esto es determinante en la localización.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 12 AÑOS Y MÁS, POR ESTRUCTURAS PORCENTUALES Y TASAS DE CRECIMIENTO, SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA - Nacional								
CENSOS 1982, 1990, 2001								
RAMAS DE ACTIVIDAD	1.982		1.990		2.001		TCA %	
	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	POBLACIÓN	%	82-90	90-2001
<b>TOTAL</b>	2.346.063	100	3.327.550	100	4.553.746	100	4,4	2,9
AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA	786.972	33,5	1.018.561	30,6	1.244.686	27,3	3,2	1,8
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	7.406	0,3	20.795	0,6	24.607	0,5	12,9	1,5
MANUFACTURA	286.530	12,2	368.937	11,1	471.548	10,4	3,2	2,2
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	13.183	0,6	12.649	0,4	13.803	0,3	-0,5	0,8
CONSTRUCCIÓN	158.009	6,7	196.293	5,9	287.735	6,3	2,7	3,5
COMERCIO	271.914	11,6	474.180	14,3	878.465	19,3	7	5,6
TRANSPORTE	101.321	4,3	131.002	3,9	227.619	5	3,2	5
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	44.116	1,9	81.357	2,4	163.165	3,6	7,7	6,3
SERVICIOS	554.915	23,7	832.471	25	802.630	17,6	5,1	-0,3
ACTIVIDADES NO BIEN ESPECIFICADAS *	38.594	1,6	154.006	4,6	412.885	9,1	17,3	9
TRABAJADOR NUEVO	83.103	3,5	37.299	1,1	26.603	0,6	-10	-3,1

\* EN EL AÑO 2001, INCLUYE A NO DECLARADO

TCA = TASA DE CRECIMIENTO ANUAL

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Padilla

La disponibilidad de mano de obra a nivel nacional en el área de manufactura es de en el año 2001 de 24607 con una tasa de crecimiento anual del 1.5% lo que se puede concluir es que existe la disponibilidad necesaria en el Ecuador para implantar el presente proyecto.

<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO, SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES</b>			
<b>Cotopaxi - Saquisilí</b>			
<b>GRUPOS DE OCUPACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8.527</b>	<b>5.035</b>	<b>3.492</b>
MIEMBROS, PROFESIONALES, TÉCNICOS	357	170	187
EMPLEADOS DE OFICINA	149	101	48
TRAB. DE LOS SERVICIOS	782	353	429
AGRICULTORES	2.614	1.416	1.198
OPERARIOS Y OPERADORES, DE MAQUINARIAS	1.175	1.068	107
TRAB. NO CALIFICADOS	3.239	1.802	1.437
OTROS	211	125	86

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Padilla

La tabla permite observar que del total de 8527 de la población del cantón Saquisilí, pertenecen a diferentes grupos de ocupacionales los cuales son: profesionales, empleados de oficina, trabajadores en el área de servicios, agricultores, operarios de maquinaria, trabajadores no calificados y un mínimo grupo en otros empleos.

La disponibilidad de profesionales, empleados de oficina y trabajadores no calificados del cantón Saquisilí sería nuestra mano de obra requerida para el presente proyecto.

<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO, SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD</b>			
<b>Cotopaxi - Saquisilí</b>			
<b>RAMAS DE ACTIVIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8.527</b>	<b>5.035</b>	<b>3.492</b>
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA	4.701	2.682	2.019
MANUFACTURA	361	275	86
CONSTRUCCIÓN	500	485	15
COMERCIO	1.344	658	686
ENSEÑANZA	263	125	138
OTRAS ACTIVIDADES	1.358	810	548

Fuente: INEC

Elaborado por: Cristian Padilla

Según la tabla permite concluir que los habitantes del cantón Saquisilí se desempeñan en diferentes ramas de actividad como: agricultura, ganadería, caza, manufactura, construcción, comercio, enseñanza y otras actividades.

Para el caso del presente proyecto existe disponibilidad de mano de obra actual y potencial por lo que existe los recursos humanos para trabajar en el área de manufactura.

#### Requerimientos de la mano de obra

PERSONAL	
Cargo	Unidad de Medida
Gerente	hombre
Jefe financiero	hombre
Jefe de comercialización	hombre
Jefe de recursos humanos	hombre
Contador	hombre
Ejecutivos de ventas	hombre
Bodeguero	hombre
Control de calidad	hombre
Guardia	hombre
Tejedoras	Hombre
Cocedoras	Hombre
Jefe de producción	Hombre

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 2.1.1.3

#### 2.1.1.4. Disponibilidad de insumos y materia prima

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Muchas grandes empresas se han visto frenadas por la falta de este insumo. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del presente proyecto, se deberán listar todos los proveedores de materias primas e insumos y se anotarán los alcances de cada uno para suministrar estos últimos. En etapas más avanzadas del proyecto se recomienda presentar tanto las cotizaciones como el compromiso escrito de los proveedores para abastecer las cantidades de material necesario para la producción. En caso de

que el abasto no sea totalmente seguro se recomienda buscar en el extranjero dicha provisión, cambiar de tecnología, en caso de ser posible, o abandonar el proyecto.<sup>23</sup>

La materia prima para la producción de prendas elaboradas a mano son las siguientes:

<b>Materias primas</b>
Lana de oveja
Lana sintetica
Lana de alpaca
telar de medida 1,70 x 1m
Telar de medida 1,20 x 75cm
telar de medida 1m x 70cm
telar de medida 1,20 x 20cm
telar de medida 1m x 1,25cm,
Empaque

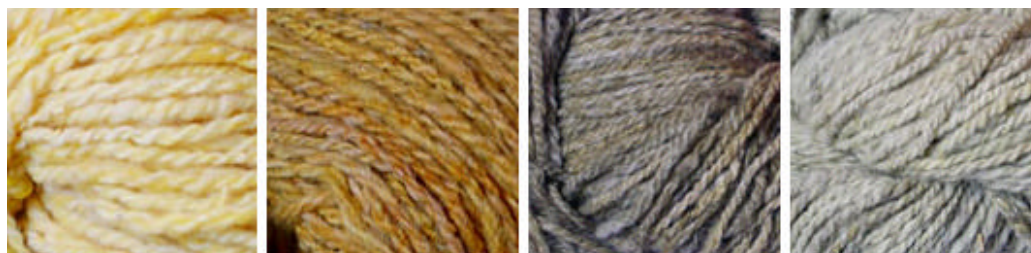
**Lana multicolor**



**LANA Merino**



<sup>23</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 96.



100% Teñidas con plantas y flores

100% Teñidas con plantas y flores

100% Teñidas con plantas y flores

100% Teñidas con plantas y flores



Madeiras de lana

### SUMINISTROS

Descripcion	Unidad medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual
Energia electrica	Kw.	350	0,11	38,50
Agua potable	m3.	572	0,01	2,86
Servicio telefonico	min.	600	0,07	42,00
Combustible	Galón	60	1,49	89,40
Mantenimiento vehiculo	Mes	1	30,00	30,00
Repuestos	Mensual	1	40,00	40,00
Mantenimiento telares	Anual	20	1,00	20,00

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 2.1.1.4

Para el presente proyecto la disponibilidad de materia prima en este cantón es la siguiente:

### DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA E INSUMOS.

Para el presente proyecto se a se ha elegido las materias primas con proveedores de diferente empresa para este se elige un factor de ponderación de 1 a 3 en donde 1 es la peor opción, 2 la mitad y 3 la mejor opción.

MATERIA PRIMA1	EMPRESA Y LUGAR DONDE SE DISTRIBUYE	PRIORIDAD
Lana de oveja	Lanas Saquisili (Saquisili)	3
Lana sintetica	Lanas Saquisili (Saquisili)	3
Lana de alpaca	Lanas Saquisili (Saquisili)	3
telar de medida 1,70 x 1m	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
Telar de medida 1,20 x 75cm	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
telar de medida 1m x 70cm	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
telar de medida 1,20 x 20cm	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
telar de medida 1m x 1,25cm,	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
Empaque	Imagen 2000 (Cotopaxi)	3
MATERIA PRIMA 2	EMPRESA Y LUGAR DONDE SE DISTRIBUYE	PRIORIDAD
Lana de oveja	Planeta (Otavalo)	1
Lana sintetica	Planeta (Otavalo)	1
Lana de alpaca	Planeta (Otavalo)	1
telar de medida 1,70 x 1m	Pachacutik.(Otavalo)	2
Telar de medida 1,20 x 75cm	Pachacutik.(Otavalo)	2
telar de medida 1m x 70cm	Pachacutik.(Otavalo)	2
telar de medida 1,20 x 20cm	Pachacutik.(Otavalo)	2
telar de medida 1m x 1,25cm,	Pachacutik.(Otavalo)	2
Empaque	Tinta Roja (Cotopaxi)	3
MATERIA PRIMA 3	EMPRESA Y LUGAR DONDE SE DISTRIBUYE	PRIORIDAD
Lana de oveja	Salinerito ( Bolivar)	3
Lana sintetica	Salinerito ( Bolivar)	3
Lana de alpaca	Salinerito ( Bolivar)	3
telar de medida 1,70 x 1m	Pachacutik.(Otavalo)	1
Telar de medida 1,20 x 75cm	Pachacutik.(Otavalo)	1
telar de medida 1m x 70cm	Pachacutik.(Otavalo)	1
telar de medida 1,20 x 20cm	Pachacutik.(Otavalo)	1
telar de medida 1m x 1,25cm,	Pachacutik.(Otavalo)	1
Empaque	Imprenta grafica (Cotopaxi)	3

Fuente: información primaria  
 Elaborado por: Cristian Padilla

El cuadro de ponderación nos dice que los proveedores de la materia prima 1 es la mejor opción que se escoge por la cercanía a Saquisilí, pero no hay que descartar la materia prima 3 en la lana ya que la empresa el Salinerito la lana tiene a un menor precio.

#### **2.1.1.5. Disponibilidad de tecnología**

Hay ciertos procesos o técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser aplicables, ya que por debajo de ciertos niveles, los costos serían tan elevados que no se justificaría la operación de la planta.

Las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones y costo de producción. En efecto, dentro de ciertos límites de operación y a mayor escala, dichas relaciones propiciarán un menor costo de inversión, por unidad de capacidad instalada y un mayor rendimiento por persona ocupada; lo anterior contribuirá a disminuir el costo de producción, aumentar las utilidades y elevar la rentabilidad del proyecto.<sup>24</sup>

En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables.

La tecnología utilizada para el presente proyecto son equipos manuales los cuales son los siguientes:

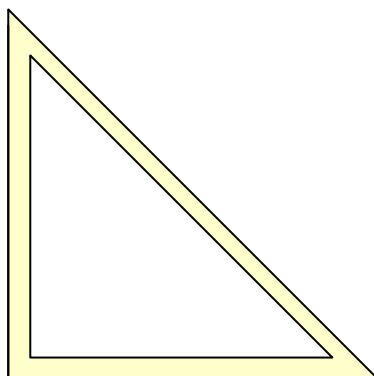
---

<sup>24</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 96.



## Equipos manuales

### Telar chal y poncho

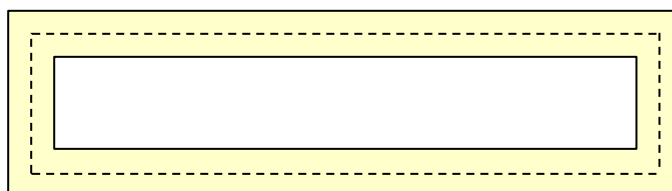


#### **DESCRIPCION**

Este telar es de medida 1.70 x 1m con clavos en el contorno del triangulo elaborados de madera, este es de se utilizara para la confección de chales y ponchos.



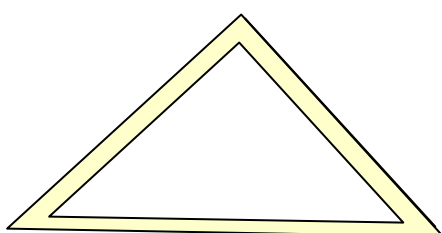
### Telar bufandas



**DESCRIPCION**

Este telar es de medida 1.20 x 20cm con clavos en el contorno elaborados de madera, este es de se utilizara para la confección de bufandas.

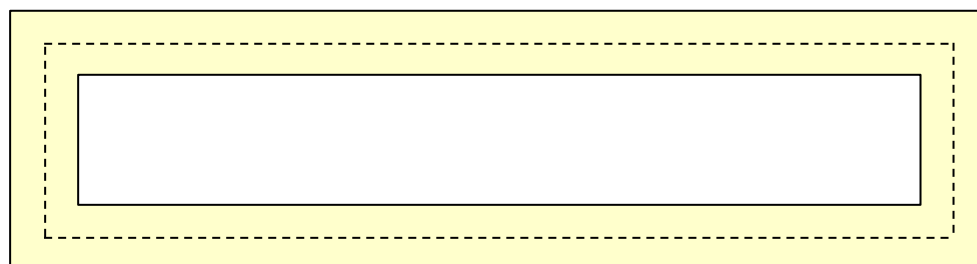
**Telar chalina**



**DESCRIPCION**

Este telar es de medida 1.20 x 75cm con clavos en el contorno elaborados de madera, este es de se utilizara para la confección de chalinas.

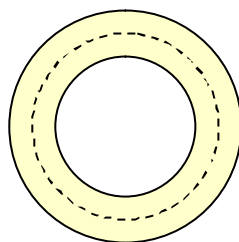
**Telar cobija de bebe**



**DESCRIPCION**

Este telar es de medida 1.25 x 1m con clavos en el contorno elaborados de madera, este es de se utilizara para la confección de cobijas de bebe.

**Telar gorras**



**DESCRIPCION**

Este telar es es circular con clavos en el contorno elaborados de madera, este es de se utilizara para la confección de gorras.



### **Bobinadodara**

#### **DESCRIPCION**

Esta maquinaria es la que bobina las madejas de lana para que se pueda tejer con los telares

### **Maquina de cocer**

#### **DESCRIPCION**

Esta maquinaria se utilizara para cocer y dar los toque finales en las prendas.

Alrededor que la empresa vaya creciendo se implementara maquinaria eléctrica para elevar la producción

#### **2.1.1.6. Economías de escala**

Estructura de organización empresarial en la que las ganancias de la producción se incrementan y/o los costos disminuyen como resultado del aumento del tamaño y eficiencia de la planta, empresa o industria. Dados los precios a que una empresa puede comprar los factores de producción, surgen economías de escala si el aumento de la cantidad de factores de producción es menor en proporción al aumento de la producción<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>[www.wikilearning.com/glosario-wkccp12962-18.htm](http://www.wikilearning.com/glosario-wkccp12962-18.htm)

Se conocen como economías de escala las reducciones en los costos de operación de una planta industrial, estas reducciones se deben a incrementos en el tamaño, a aumentos en el período de operación por diversificación de la producción o bien a la extensión de las actividades empresariales, a través del uso de facilidades de organización, producción o comercialización de otras empresas.

Las economías de escala pueden ser resultado de diversos aspectos, a mayor escala se obtiene:

1. Menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada
2. Mayor rendimiento por persona ocupada
3. Menores costos unitarios de producción
4. Mejor utilización de otros insumos
5. Utilización de procesos más eficientes que reducen los costos de operación

En el presente proyecto para incrementar la eficiencia y eficacia productiva podemos utilizar el método de producción en serie lo cual permitirá reducir costos operativos e incrementar la rentabilidad.

### **2.1.2. Capacidad de producción**

“Es un coeficiente que refleja la capacidad potencial de producción sobre la base de la infraestructura existente y de la dotación necesaria de insumos críticos.”<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup><http://www.definicion.org/indicador-de-capacidad-de-produccion>

### 2.1.2.1. Tamaño óptimo

La determinación del tamaño debe basarse en dos consideraciones que confieren un carácter cambiante a la optimización del proyecto: relación precio-volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda, y la relación costo-volumen, por las economías y deseconomías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo.

La evaluación que se realice de estas variables tienen por objeto estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles de implementar y determinar el valor actual neto de cada tamaño opcional para identificar aquel en que este se examine.

Para este proyecto se ha determinado el tamaño óptimo según la demanda insatisfecha:

<i>AÑOS</i>	<i>Demanda insatisfecha</i>	<i>Tamaño 1 30%</i>	<i>Tamaño 2 40%</i>	<i>Tamaño 3 50%</i>
2006	4905	1472	1962	2453
2007	4981	1494	1992	2491
2008	8702	2611	3481	4351
2009	16645	4994	6658	8323
2010	29776	8933	11910	14888
2011	49585	14876	19834	24793
2012	72521	21756	29008	36261
2013	99025	29708	39610	49513

Fuente: Investigación de mercados  
 Elaborado por: Cristian Padilla

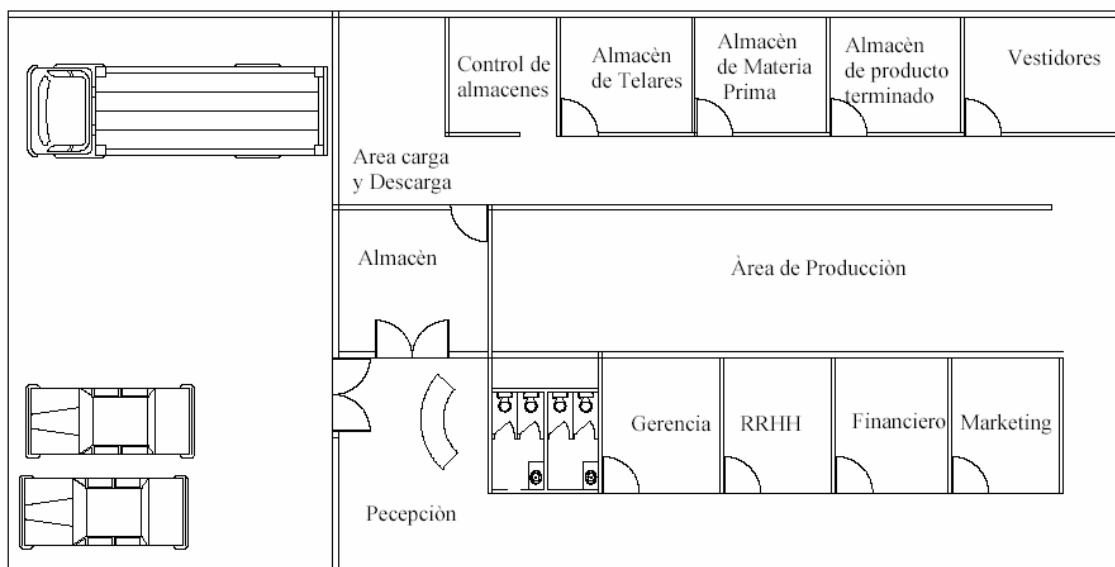
### CAPACIDAD INSTALADA DE CADA PRODUCTO

<i>Bufandas 35,29%</i>	<i>Chales 8,09</i>	<i>Chalinas 8,09%</i>
288	66	66
293	67	67
512	117	117
979	224	224
1751	401	401
2916	669	669
4265	978	978
5824	1335	1335

Fuente: Investigación de mercados  
 Elaborado por: Cristian Padilla

<i>Gorras 9,56%</i>	<i>Ponchos 5,88%</i>	<i>Cobijas de bebe 33,10%</i>
78	48	271
79	49	275
139	85	480
265	163	918
474	292	1643
790	486	2735
1156	711	4001
1578	970	5463

Fuente: Investigación de mercados  
 Elaborado por: Cristian Padilla



## 2.2. Localización del proyecto

La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Esto exige que su análisis se realice e forma integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, transporte, competencia, etcétera.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> SAPAG Y SAPAG Preparación y Evaluación de Proyectos”, McGRAW HILL cuarta edición, 2000



De acuerdo a los estilos de vida, hábitos de comportamiento, clima y posición geográfica nuestro proyecto estará picado en la zona interandina de nuestro país.

## **2.2.1. Macrolocalización**

### **2.2.1.1. Justificación**

La Macrolocalización del proyecto se realizará en la provincia de Cotopaxi Cantón Saquisilí, ya que en esta zona se dispone del terreno que le corresponde al municipio de Saquisilí, el mismo que ayudará para la implantación del proyecto, es así que Saquisilí presenta las siguientes condiciones que resultan favorables para el proyecto como:

- ◆ La ubicación que posee Saquisilí es importante para este proyecto ya que el mercado de consumo se encuentra en esta zona tomando en cuenta que es céntrico para la distribución en otras provincias y ciudades como:
  - ◆ Provincia de Cotopaxi
  - ◆ Provincia de Pichincha
  - ◆ Provincia de Tungurahua
- ◆ Las fuentes de materias primas se encuentran en esta provincia

MATERIA PRIMA1	EMPRESA Y LUGAR DONDE SE DISTRIBUYE	PRIORIDAD
Lana de oveja	Lanas Saquisili (Saquisili)	3
Lana sintetica	Lanas Saquisili (Saquisili)	3
Lana de alpaca	Lanas Saquisili (Saquisili)	3
telar de medida 1,70 x 1m	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
Telar de medida 1,20 x 75cm	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
telar de medida 1m x 70cm	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
telar de medida 1,20 x 20cm	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
telar de medida 1m x 1,25cm,	Fundacion construyamos un sueño (Cotopaxi)	3
Empaque	Imagen 2000 (Cotopaxi)	3

Fuente: Fuentes primaria

Elaborado por: Cristian Padilla

- ◆ La disponibilidad de mano de obra es abundante en esta zona para este tipo de proyectos ya que se fomenta fuentes de empleos y se capacita a estas personas para que elaboren este tipo de prendas y así subir el nivel de vida de estas personas.
- ◆ La facilidades de transporte es otro de los factores importantes para la macrolocalización es por ello que al ser este cantón pequeño el transporte es más flexible para las personas y para el ingreso de materias primas
- ◆ Las fuentes de suministro de agua no tiene problemas ya que al ser el terreno del municipio de Saquisilí nos proveerá de este servicio básico de una forma adecuada para la mejor implementación del proyecto.
- ◆ Este cantón cuenta con energía eléctrica que proviene de la empresa ELEPCO (empresa eléctrica Cotopaxi) y combustible de diferentes empresas.
- ◆ Disposiciones legales, fiscales o de política económica se encuentra en este cantón ya que el municipio de Saquisilí implanto estas oficinas para el mejor desempeño de su

municipalidad y cantón, es por ello que estas condiciones no son un impedimento para desarrollar este proyecto.

- ◆ Las condiciones climáticas de este sector son templadas lo cual es un factor positivo mas para este proyecto .

### 2.2.1.2. Mapa de la Macrolocalización



La localización optima del proyecto es en el cantón Saquisilí provincia del Cotopaxi.

### 2.2.2. Microlocalización

La microlocalización busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características de los terrenos, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento.

A continuación se detallan los posibles lugares en donde va ha funcionar el proyecto, tomando como referencia a toda la ciudad del Puyo incluyendo los lugares aledaños que tiene la ciudad.

#### ZONA 1

Saquisilí centro: Dirección: Calle 24 de Mayo y Barreno (Frente al Parque Central)

#### ZONA 2

Km. 2 vía a Saquisilí: Esta zona está ubicada vía a Latacunga

### **2.2.2.1. Criterio de selección de alternativas**

Para efecto de este estudio se debe tomar en cuenta ciertos factores los cuales se evaluarán de acuerdo al grado de importancia. Esta evaluación ayudará a seleccionar el lugar óptimo en el cual el proyecto debe localizarse. Estos factores son:

#### **2.2.2.1.1 Tipo de edificio**

Para la implantación del presente proyecto el edificio requerido es comercial.

#### **2.2.2.1.2 Terreno**

El terreno que cuenta el municipio de Saquisilí es de 400m<sup>2</sup> que será donado para este proyecto.

#### **2.2.2.1.3 Medios y costo de transporte**

Los medios de comunicación con los que cuenta la Provincia de de Cotopaxi son medios aéreos y terrestres básicamente.

El medio de transporte que se utilizara para el personal serán busetas que costaran 10 dólares americanos por persona mensual los que serian pagados por la empresa, lo bueno en este cantón es la cercanía.

El transporte de materia prima ingresara en camiones teniendo un sistema de vias asfaltadas y de piedra pero en excelente estado.

#### **2.2.2.1.4 Cercanía de las fuentes de abastecimiento**

La distancia entre las alternativas de localización con las fuentes de abastecimiento y el mercado consumidor debe considerarse, es por eso que debe tomarse en cuenta el acceso, en cuanto al tiempo y demoras a la cantidad de maniobras necesarias para llegar al destino, a la congestión del tránsito, al paso por las calles centrales del cantón.

De Latacunga a Saquisilí es 2.5 Km. Lo que es muy cercano para las fuentes de abastecimiento y hay que recalcar que toda la materia prima se encuentra en este sector como las lanas.

#### **2.2.2.1.5 Disponibilidad de servicios básicos**

Aquí se incluyen los servicios públicos de electricidad, agua y teléfono, así la comunicación es rápida y segura.

El barrio en el cual se encontrara ubicado el proyecto tiene acceso a los servicios públicos de electricidad y agua, además de que se tiene acceso a líneas telefónicas, por lo que se tiene disponibilidad y confiabilidad de sistemas de apoyo.

#### **2.2.2.1.6 Flujo y transporte de materias primas dentro de la planta.**

El flujo y el transporte de las materias primas será muy fluido ya que como contamos con un control de almacenes o bodegas estas serán las encargadas de proporcionar la materia prima a cada empleado de la planta para la elaboración de la prendas de vestir.

#### **2.2.2.2. Matriz de localización**

Existe el método cualitativo por puntos, para determinar la localización más apropiada de un proyecto. Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización. Esto deriva en una comparación cuantitativa de diferentes sitios.

En el Ecuador se ha podido identificar que en muchos casos, los proyectos no necesitan realizar un estudio de este tipo, por cuanto el potencial inversionista dispone de un terreno, en donde localizara el proyecto.<sup>28</sup>

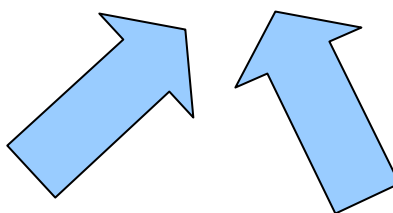
Para determinar la localización del presente proyecto se realizará una matriz la cual considera varios factores de importancia para la localización de un proyecto.

---

<sup>28</sup> Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, "Preparación y Evaluación de Proyectos", tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001

La ponderación de estos factores será de 1 a 10 con un porcentaje total del 100% según la localización

FACTORES A TOMARSE EN CUENTA	
1) Acceso a mercados	
2) Acceso a mts.primas	
3) Disponibilidad de:	
a) M.O. Calificada	
b) M.O. No Calif.	
4) Costo de M. de Obra:	
a) Calificada	
b) No Calif.	
5) Transporte:	
a) Disponibilidad	
b) Costos	
6) Agua	
7) Energía Eléctrica	
8) Combustible	



FACTORES A TOMARSE EN CUENTA	
9) Apoyos Legales:	
10) Drenaje	
11) Servs. Médicos	
12) Servs. de Seguridad	
13) Educación:	
14) Clima	
15) Terreno:	
a) Extensión:	
b) Costo:	
16) Actitud de la Comunidad	
17) Restricciones Ambientales	
18) Otros	

ELEMENTO	P(%)	Centro de Saquisili	Ponderacion	Km. 2 vía a Saquisili	Ponderacion
1) Acceso a mercados	30	10	300	7	210
2) Acceso a mts.primas	20	10	200	8	160
3) Disponibilidad de:					
a) M.O. Calificada	6	9	54	8	48
b) M.O. No Calif.	6	10	60	10	60
4) Costo de M. de Obra:					
a) Calificada	2	9	18	8	16
b) No Calif.	2	9	18	8	16
5) Transporte:			0		0
a) Disponibilidad	3	10	30	8	24
b) Costos	3	8	24	8	24
6) Agua	2	10	20	9	18
7) Energía Eléctrica	2	10	20	10	20
8) Combustible	2	10	20	10	20
9) Apoyos Legales:	1	9	9	9	9
10) Drenaje	2	10	20	10	20
11) Servs. Médicos	2	9	18	9	18
12) Servs. de Seguridad	1	10	10	10	10
13) Educación:	1	6	6	6	6
14) Clima	1	9	9	9	9
15) Terreno:					
a) Extensión:	3	9	27	6	18
b) Costo:	3	9	27	8	24
16) Actitud de la Comunidad	7	9	63	9	63
17) Restricciones Ambientales	1	2	2	2	2
18) Otros	-	-	-	-	-
<b>SUMA</b>	<b>100</b>	<b>187</b>	<b>955</b>	<b>172</b>	<b>795</b>

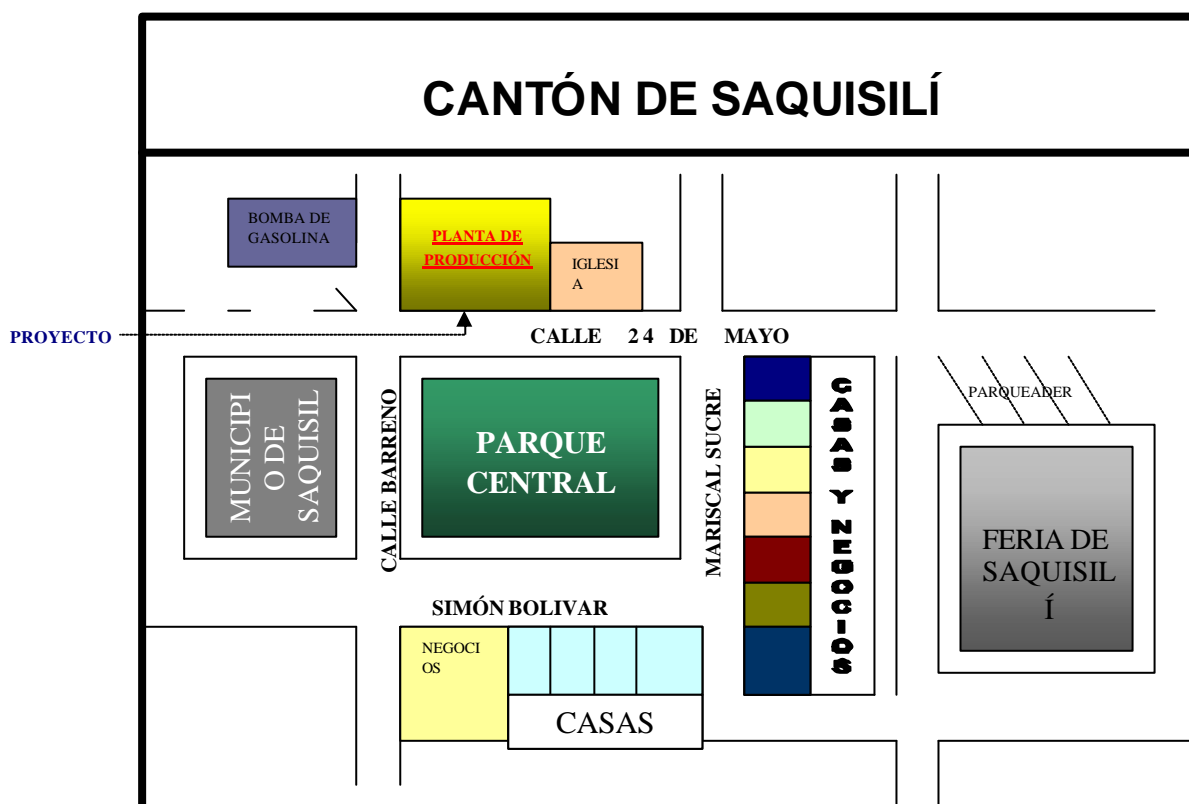
Fuente: Fuentes secundarias  
 Elaborado por: Cristian Padilla

CUADRO 2.2.2.1

En base a la información proporcionada por el cuadro anterior, se determinó que el lugar más conveniente para localizar el presente proyecto es el centro de Saquisilí, pues posee la más alta ponderación y todos los servicios requeridos.

La mayor puntuación se lo a tomado a el acceso a mercados ya que se ubica en el centro de este cantón lo cual permite estar dentro del mercado y ser visible para las personas de este sector para que puedan adquirir una prenda de la empresa.

### 2.2.2.3. Plano de micro localización



### 2.3. Ingeniería del proyecto

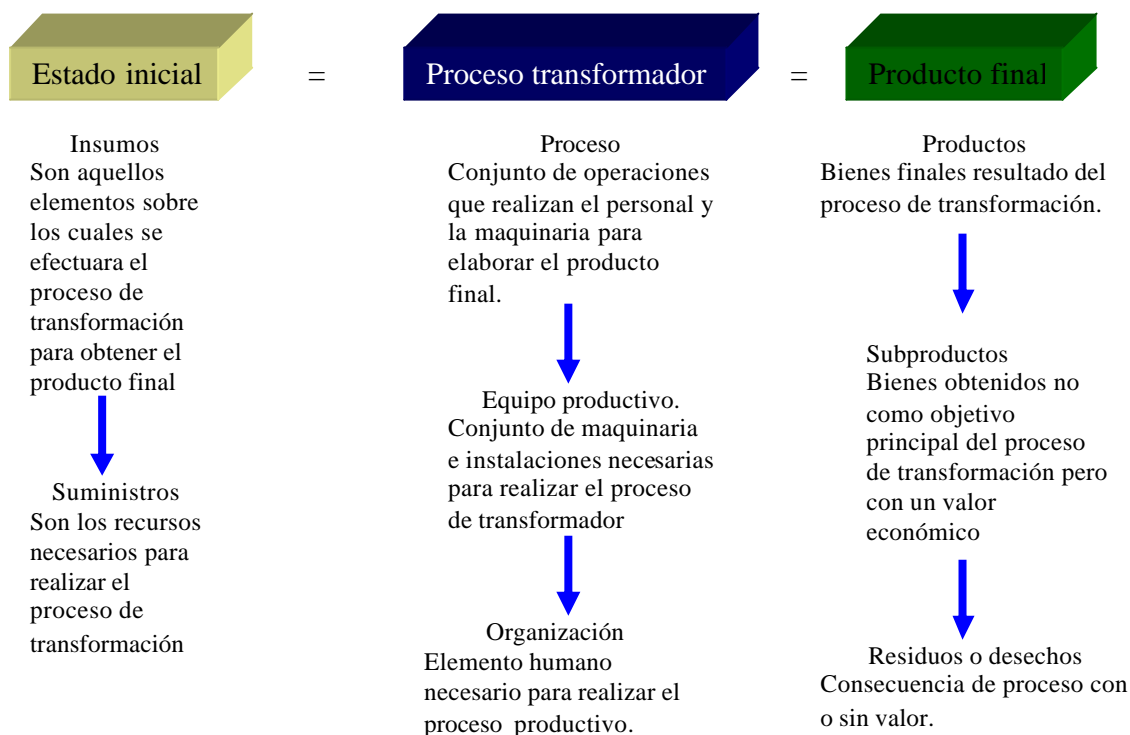
El objetivo general del estudio de ingeniería de proyecto es resolver todos lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.



Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.<sup>29</sup>

### 2.3.1. Proceso de producción

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.<sup>30</sup>



A continuación se detalla los procesos de los productos que la empresa fabricara:

Para la elaboración de las prendas artesanales confeccionadas en telar se requiere de los siguientes pasos:

<sup>29</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 895.

<sup>30</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 895.

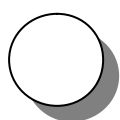
- Definición del tipo de lana
- Proceso de tejido por medio del telar y el peine que permite ajustar y darle forma al producto, luego con una agujeta se procede a tejer los fillos dándole un acabado con el ajuste de la lana
- Colocación de etiqueta con la máquina de coser con el logo de la empresa
- Empaque del producto.
- Distribución de las prendas artesanales

Este proceso es repetitivo para cada una de las prendas ya sean bufandas, chales, chalina, ponchos, gorras y cobijas de bebe.

### 2.3.2. Diagrama de flujo y procesos

Consiste en que cada operación unitaria realizada sobre el servicio se encierra en un una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas, cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de operaciones como la dirección del flujo.

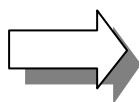
#### Simbología Internacional para Operaciones.<sup>31</sup>



Operación.- Las materias primas experimentan un cambio o transformación por medios físicos, mecánicos o químicos o alguna combinación de ellos.

---

<sup>31</sup> Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, "Preparación y Evaluación de Proyectos", tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001



**Transporte:-** Es la acción de movilizar las materias primas, los productos en proceso o productos terminados.



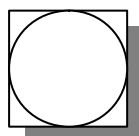
**Demora.-** Cuando existe un “cuello de botella” hay que esperar turno o se está realizando



**Almacenamiento:-** De materias primas, materiales, productos en proceso o productos terminados



**Inspección.-** Es una acción de controlar una operación o verificar la calidad del producto.



**Operación combinada.-** ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas

Todas las tareas u operaciones individuales deben realizarse en una secuencia tal que cada una contribuya a los objetivos finales del proyecto. Este tipo de operaciones se usa cuando existe una gran necesidad de creatividad y originalidad.<sup>32</sup>

DIAGRAMA DE PROCESO									
Entidad : Telares artesanales "PALLANAS"									
Producto final: Chales				Fecha:					
No.	Proceso	Recursos						Tiempo	Responsables
1	Recepción de lana	RRHH	x					20 min	Jefe de produccion
2	Inspección de calidad MP	RRHH					x	10 min	Inspector de MP
3	Almacenamiento	RRHH			x			10 min	Bodeguero
4	Transporte de lana a producción	RRHH		x				5 min	Bodeguero
5	Tejida en el telar	RRHH Y MAQ	X					90 min	Tejedoras
6	Cocido en maquina	RRHH Y MAQ	x					10 min	Cocedoras
6	Inspección de la prendaS	RRHH					x	15 min	Control de calidad
7	Almacenamiento para la venta	RRHH			x			5 min	Bodeguero
TIEMPO TOTAL								165 min	2 horas 45 min

<sup>32</sup> Mcgraw-Hill, Biblioteca Práctica de Negocios, “Administración de Operaciones”, , México, Año 1986

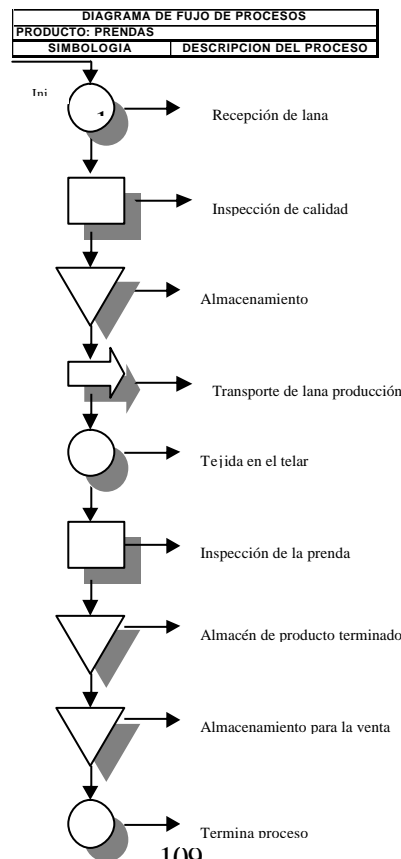
DIAGRAMA DE PROCESO								
Entidad : Telares artesanales "PALLANAS"								
Producto fiinal: Gorras						Fecha:		
No.	Proceso	Recursos	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tiempo	Responsables
1	Recepción de lana	RRHH	x				20 min	Jefe de produccion
2	Inspección de calidad MP	RRHH				x	10 min	Inspector de MP
3	Almacenamiento	RRHH			x		10 min	Bodeguero
4	Transporte de lana a producción	RRHH		x			5 min	Bodeguero
5	Tejida en el telar	RRHH Y MAQ	X				45 min	Tejedoras
6	Cocido en maquina	RRHH Y MAQ	x				10 min	Cocedoras
6	Inspección de la prendaS	RRHH				x	15 min	Control de calidad
7	Almacenamiento para la venta	RRHH			x		5 min	Bodeguero
TIEMPO TOTAL							120 min	2 horas

DIAGRAMA DE PROCESO								
Entidad : Telares artesanales "PALLANAS"								
Producto fiinal: Bufandas						Fecha:		
No.	Proceso	Recursos	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tiempo	Responsables
1	Recepción de lana	RRHH	x				20 min	Jefe de produccion
2	Inspección de calidad MP	RRHH				x	10 min	Inspector de MP
3	Almacenamiento	RRHH			x		10 min	Bodeguero
4	Transporte de lana a producción	RRHH		x			5 min	Bodeguero
5	Tejida en el telar	RRHH Y MAQ	X				50 min	Tejedoras
6	Cocido en maquina	RRHH Y MAQ	x				10 min	Cocedoras
6	Inspección de la prendaS	RRHH				x	15 min	Control de calidad
7	Almacenamiento para la venta	RRHH			x		5 min	Bodeguero
TIEMPO TOTAL							125 min	2 horas 5 min

DIAGRAMA DE PROCESO								
Entidad : Telares artesanales "PALLANAS"								
Producto fiinal: Ponchos						Fecha:		
No.	Proceso	Recursos	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tiempo	Responsables
1	Recepción de lana	RRHH	x				20 min	Jefe de produccion
2	Inspección de calidad MP	RRHH				x	10 min	Inspector de MP
3	Almacenamiento	RRHH			x		10 min	Bodeguero
4	Transporte de lana a producción	RRHH		x			5 min	Bodeguero
5	Tejida en el telar	RRHH Y MAQ	X				140 min	Tejedoras
6	Cocido en maquina	RRHH Y MAQ	x				10 min	Cocedoras
6	Inspección de la prendaS	RRHH				x	15 min	Control de calidad
7	Almacenamiento para la venta	RRHH			x		5 min	Bodeguero
TIEMPO TOTAL							215 min	3 horas 35 min

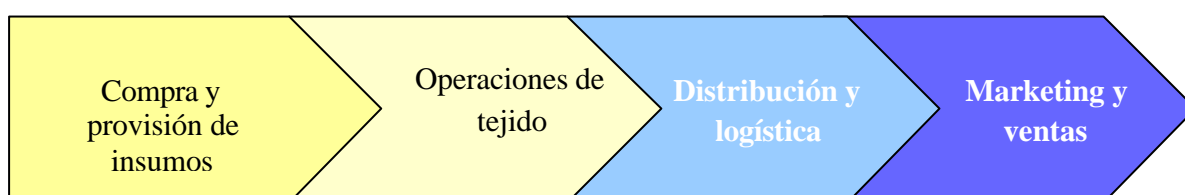
DIAGRAMA DE PROCESO								
Entidad : Telares artesanales "PALLANAS"								
Producto final: Cobijas de bebe				Fecha:				
No.	Proceso	Recursos	○	→	▽	□	Tiempo	Responsables
1	Recepción de lana	RRHH	x				20 min	Jefe de produccion
2	Inspección de calidad MP	RRHH				x	10 min	Inspector de MP
3	Almacenamiento	RRHH			x		10 min	Bodeguero
4	Transporte de lana a producción	RRHH		x			5 min	Bodeguero
5	Tejida en el telar	RRHH Y MAQ	x				60 min	Tejedoras
6	Cocido en maquina	RRHH Y MAQ	x				10 min	Cocedoras
6	Inspección de la prendaS	RRHH				x	15 min	Control de calidad
7	Almacenamiento para la venta	RRHH			x		5 min	Bodeguero
TIEMPO TOTAL							135 min	2 horas 15 min

DIAGRAMA DE PROCESO								
Entidad : Telares artesanales "PALLANAS"								
Producto final: chalinas				Fecha:				
No.	Proceso	Recursos	○	→	▽	□	Tiempo	Responsables
1	Recepción de lana	RRHH	x				20 min	Jefe de produccion
2	Inspección de calidad MP	RRHH				x	10 min	Inspector de MP
3	Almacenamiento	RRHH			x		10 min	Bodeguero
4	Transporte de lana a producción	RRHH		x			5 min	Bodeguero
5	Tejida en el telar	RRHH Y MAQ	x				70 min	Tejedoras
6	Cocido en maquina	RRHH Y MAQ	x				10 min	Cocedoras
6	Inspección de la prendaS	RRHH				x	15 min	Control de calidad
7	Almacenamiento para la venta	RRHH			x		5 min	Bodeguero
TIEMPO TOTAL							145 min	2 horas 25 min



## Cadena de valor

Una herramienta que complementa la evaluación del ambiente interno de la empresa es el análisis de la cadena de valor de la empresa. Una empresa puede considerarse como el conjunto de una serie de operaciones distintas, colocadas entre las que realizan sus clientes o distribuidores; tal que la empresa ocupa un lugar en la cadena de valor agregado desde el origen de las materias primas hasta el consumidor final

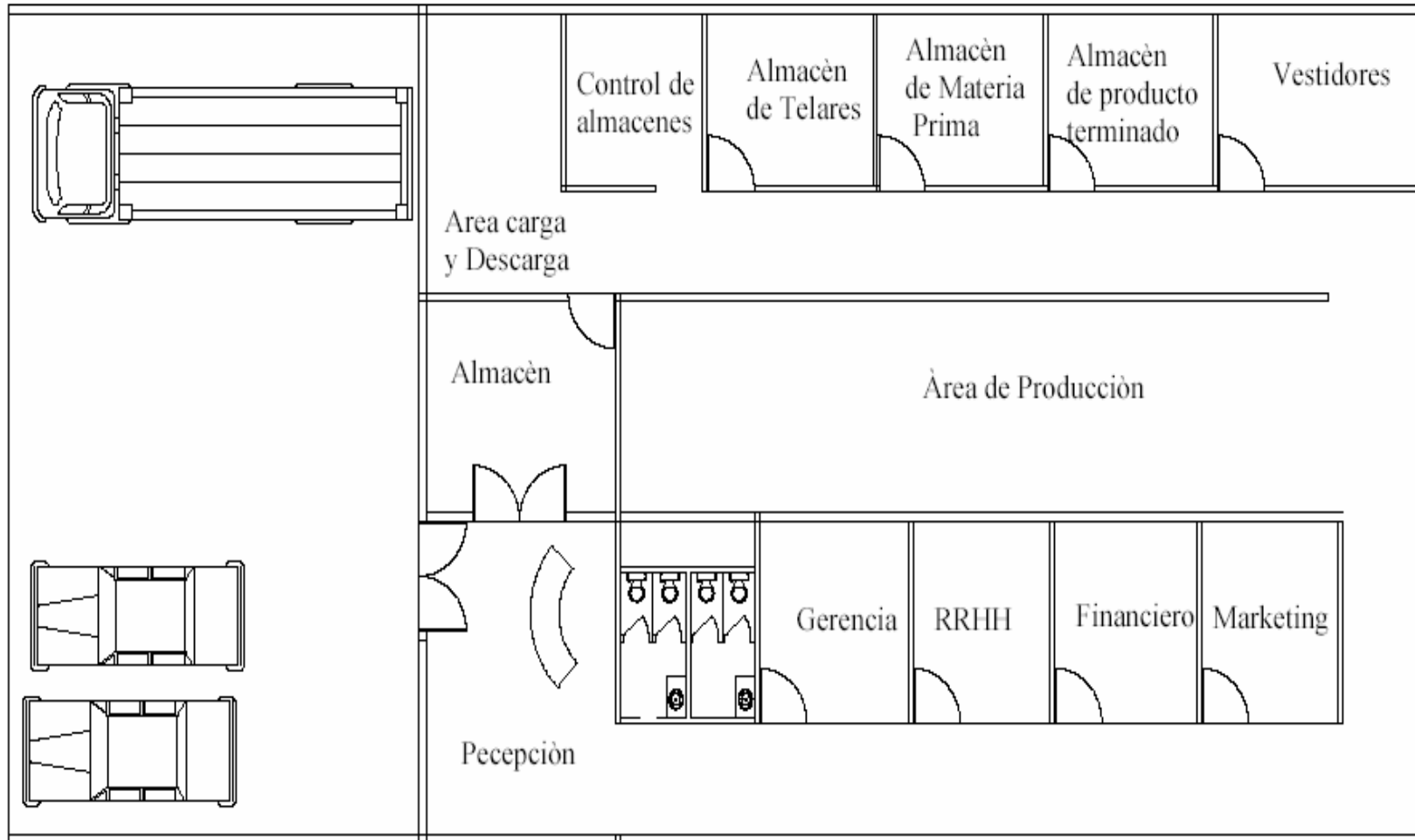


### 2.3.3. Programa de Producción

AÑO	2009	2010	2011	2012	2013
<b>% DE PRODUCCION</b>	50%	50%	50%	50%	50%
<b>CANTIDAD A PRODUCIR POR DIA</b>	23	41	68	99	136
<b>CANTIDAD A PRODUCIR POR MES</b>	690	1230	2040	2970	4080
<b>CANTIDAD A PRODUCIR AÑO</b>	8323	14888	24793	36261	49513

El programa de producción para el presente proyecto es el siguiente: Para el 2008 se quiere dominar el 50% del mercado potencial con una cantidad diaria de producción de 23 para el 2009 teniendo una producción mensual de 690 para terminar el año produciendo 8.323 prendas de los diferentes productos (bufandas, chales, chalinas, garra, cobijas de bebe, ponchos) y así llegar al año 2013 teniendo el 50% de la demanda insatisfecha con un mercado de 49513 prendas anuales.

### 2.3.4. Distribución en planta de la maquinaria y equipo



## 2.3.5. Estudio de insumos, materiales y materia prima

### 2.3.5.1. Clasificación de los insumos, materiales y materia prima

Los insumos que se utilizarán para el presente proyecto de la creación de una empresa de telares “PALLANAS” son los siguientes:

INSUMOS MATERIALES Y MATERIA PRIMA				
DESCRIPCION DE EQUIPO	TOTAL DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
Lana Angora	56 Madejas	\$ 0,85	\$ 47,60	Las lanas son adquiridas para elaborar todos los productos con diferente lana (bufandas, chales, chalinas, ponchos, gorras, almohadones).
Lana Trizada	56 Madejas	\$ 0,75	\$ 42,00	
Lana Cable	56 Madejas	\$ 0,70	\$ 39,20	
telar de medida 1,70 x 1m chales	3	\$ 10,00	\$ 30,00	Los telares deben darse mantenimiento cada 100 productos elaborados
Telar de medida 1,20 x 75cm chalinas	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
telar de medida 1m x 70cm ponchos	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
telar de medida 1,20 x 20cm bufandas	4	\$ 10,00	\$ 40,00	
telar de medida 1m x 1,25cm, cobija de bebe	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
telar circular para gorras	4	\$ 5,00	\$ 20,00	
Empaque	8323	0,05	416,15	El empaque es elaborado en la planta las impresiones del logo se realizara en una imprenta
Maquina de cocer	1	250	250	Esta maquina sera para dar los toques finales a las prendas de vestir
Bobinadora	2	150	300	Esta bobinara las madejas para que no se ensuuen ni se dañe la lana
Agujetas	18	1	18	Se utilizara para unir los bordados
Peine	18	0,45	8,1	
Tijeras	18	0,9	16,2	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.309,15</b>	

Elaborado por: Cristian A. Padilla  
Fuente: Estudio financiero

CUADRO 2.3.5.1



## REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA POR PRODUCTO

- BUFANDAS**

<b>PRODUCTO : Bufanda con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	150g (Madeja y media)	0,85	1,28
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,29</b>

<b>PRODUCTO : Chales con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	350g ( 3 Madejas y media)	0,75	2,68
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,69</b>

<b>PRODUCTO : Bufanda con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	150g (Madeja y media)	0,7	1,05
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,06</b>

- CHALES**

<b>PRODUCTO : Chales con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	350g ( 3 Madejas y media)	0,85	2,98
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,99</b>

<b>PRODUCTO : Chales con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	350g ( 3 Madejas y media)	0,7	2,53
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,54</b>

<b>PRODUCTO : Chales con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	350g ( 3 Madejas y media)	0,75	2,68
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,69</b>

- **CHALINAS**

<b>PRODUCTO : Chalina con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	200g ( 2 Madejas )	0,85	1,7
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,71</b>

<b>PRODUCTO : Chalina con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	200g ( 2 Madejas )	0,7	1,4
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,41</b>

<b>PRODUCTO : Chalina con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	200g ( 2 Madejas )	0,75	1,5
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,51</b>

- **PONCHOS**

<b>PRODUCTO : Poncho con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	1000g (10 madejas)	0,85	8,5
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>8,51</b>

<b>PRODUCTO : Poncho con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	150g (Madeja y media)	0,75	7,5
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>7,51</b>

<b>PRODUCTO : Poncho con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	150g (Madeja y media)	0,7	7
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>7,01</b>

- **GORRAS**

<b>PRODUCTO : Gorra con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	100g (1 madeja)	0,85	0,85
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>0,86</b>

<b>PRODUCTO : Gorra con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	100g (1 Madeja )	0,75	0,75
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>0,76</b>

<b>PRODUCTO : Gorra con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	100g (1 Madeja)	0,7	0,7
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>0,71</b>

- **COBIJAS DE BEBE**

<b>PRODUCTO : Cobijas de bebe con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	300g (3 madejas)	0,85	2,55
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,56</b>

<b>PRODUCTO : Cobija de bebe con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	300g (3 Madejas)	0,75	2,25
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,26</b>

<b>PRODUCTO : Cobija de bebe con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	300g (3 Madejas)	0,7	2,1
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,11</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.1

## Suministros

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Energia electrica	Kw.	350	0,11	38,50	462
Agua potable	m3.	572	0,01	2,86	34
Servicio telefonico	min.	600	0,07	42,00	504
Combustible	Galón	60	1,49	89,40	1073
Mantenimiento vehiculo	Mes	1	30,00	30,00	360
Repuestos	Mensual	1	40,00	40,00	480
Mantenimiento telares	Anual	20	1,00	20,00	240

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.1

### 2.3.5.2. Cantidad necesaria de materia prima

Para el presente proyecto se a establecido la siguiente cantidad de materia prima:

MATERIA PRIMA	
DESCRIPCION DE EQUIPO	TOTAL DE UNIDADES diARIA
Lana Angora	56 Madejas
Lana Trizada	56 Madejas
Lana Cable	56 Madejas
Lana Tuna	56 Madejas
Lana Churona	56 Madejas
Lana Matizada	56 Madejas

Las lanas de diferente tipo de material serán 56 madejas diarias para cubrir el 80% de la demanda y posicionarnos en el mercado como una de las marcas reconocidas a nivel nacional para una producción de 109 prendas diarias hasta llegar a cubrir el mercado con 136 prendas diarias.

### 2.3.5.3. Cantidad anual y pronósticos

La Producción que se estima para el primer año de funcionamiento de la empresa fabricante de muebles modulares esta en función a la capacidad de producción de la maquinaria de la empresa, por lo tanto esta será:

<i>Tamaño optimo</i>	<i>Bufandas 35,29%</i>	<i>Chales 8,09</i>
2453	288	66
2491	293	67
4351	512	117
8323	979	224
14888	1751	401
24793	2916	669
36261	4265	978
49513	5824	1335

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Cristian Padilla

<i>Chalinas 8,09%</i>	<i>Gorras 9,56%</i>	<i>Ponchos 5,88%</i>	<i>33,10%</i>
66	78	48	271
67	79	49	275
117	139	85	480
224	265	163	918
401	474	292	1643
669	790	486	2735
978	1156	711	4001
1335	1578	970	5463

Fuente: Investigación de mercados

Elaborado por: Cristian Padilla

La empresa podrá producir anualmente 8.323 prendas artesanales lo que representa el 50% de la demanda insatisfecha.

### 2.3.5.3. Condiciones de abastecimiento

La adquisición de la materia prima se realizara al por mayor al igual que los insumos cuando se requiera de estos dos elementos importantes para la confección de las prendas artesanales, ya que se debe tener en cuenta las especificaciones de cada prenda y cuantas madejas de lana se necesita, de esta manera se procederá a realizar el pedido a los diferentes proveedores de materiales.

El abastecimiento de las materias primas dependerá del jefe de producción el cual es el encargado de realizar las compras, las cantidades de abastecimiento son definidas internamente, por el jefe de producción cuando este lo creyere conveniente, externamente los proveedores son quienes imponen las condiciones de pago en este caso la forma de pago es de 30 días de plazo, el tipo de descuento que se tiene es del 10 % por cada 25 madejas de lana.

### 2.3.6. Requerimiento de mano de obra

Para la puesta en marcha y normal funcionamiento de la empresa se ha considerado el siguiente recurso humano que se detalla en el siguiente cuadro.

**Personal**

Personal	Unidad de M	Cantidad	Costo Unitar	Costo Mensu
Gerente	hombre	1	500	500
Jefe financiero	hombre	1	450	450
Jefe de comercializacion	hombre	1	450	450
Jefe de recursos humanos	hombre	1	450	450
Jefe de produccion	Hombre	1	450,00	450,00
Contador	hombre	1	400	400
Ejecutivos de ventas	hombre	2	250	500
Bodeguero	hombre	1	300	300
Tejedoras	Hombre	20	200,00	4000,00
Cocedoras	Hombre	1	200,00	200,00
Control de calidad	hombre	1	300	300
Guardia	hombre	1	250	250

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 2.3.6

### 2.3.7. Requerimiento de maquinaria y equipo

Para cumplir con la producción normal de la empresa se han establecido los siguientes requerimientos de maquinaria y equipo que se detallan a continuación:

<b>Requerimiento de maquinaria y equipo</b>			
Telares	7	10	70
Máquina de coser	1	250	250
Bobinadora	2	150	300
Agujetas	18	1	18
Peine	18	0,45	8,1
Tijeras	18	0,9	16,2
Computadoras	8	650	5200
Impresoras	4	60	240
Central telefónica	1	250	250
Copiadora	1	220	220
Basurero	8	12	96
Escritorios ejecutivos	3	250	750
Sofás	2	180	360
Sillones ejecutivos	8	90	720
Sillas de espera	4	60	240
Vehículo	1	18500	18500
Terreno	1	8000	8000
Planta de producción	1	57000	57000
Archivadores	3	140	420
Caja registradora	1	300	300
Calculadoras	10	30	300
<b>TOTAL</b>			<b>93258,3</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 2.3.7

### 2.3.8. Calendario de ejecución del proyecto.

Nº	Actividad	MESES																											
		1				2				3				4				5				6							
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Constitución de la empresa	■																											
2	Tramitación del financiamiento	■																											
3	Construcción del Galpon					■																							
4	Compra de maquinaria													■															
6	Compra de muebles y enseres																	■											
7	Compra de materia prima																	■											
8	Compra de insumos																	■											
9	Instalación de la Maquinaria																	■											
10	Colocación de mobiliario																	■											
11	Período de prueba de maquinaria																	■											
12	Período de prueba técnica																	■											



## CAPITULO III

---

### 3. La empresa y su organización

#### 3.1. Base legal

Dentro de la base legal se definirán todos los pasos para determinar que una empresa está legalmente constituida.

##### 3.1.1. Nombre o razón social

El nombre o razón social del presente proyecto será telares artesanales “PALLANA`S” el cual se ejecutará en el cantón Saquisilí provincia de Cotopaxi.

Este nombre se ha tomado ya que cumple con las características como originalidad, ya que en el lugar en que se desarrolla no existe otro proyecto con este nombre y de estos productos que se va a ofrecer, también es claro y simple ya que define lo que se pretende ofrecer a las personas,

##### 3.1.2. Logotipo

El logotipo del proyecto estará formado por el nombre “PALLANA`S” 100% artesanal que viene del quechua pallana que significa tejido, y la frase que representa el eslogan: “La prenda exclusiva pegada a ti”, la cual resalta la estrategia de comercialización que se implantará en el proyecto, basada en la importancia que representa la satisfacción de los clientes.



Por otro lado este logo resalta una prenda confeccionada 100% artesanal y los colores que se usaron para esta son llamativos para la atención de nuestros clientes potenciales.

### 3.1.3. Titularidad de propiedad de la empresa

Según el Código civil son personas jurídicas, los entes susceptibles de adquirir derecho y contraer obligaciones; pueden ser de existencia visible o imaginaria. Persona Jurídica es todo ente o razón social que para tener existencia visible necesita de una persona natural que lo represente.

La empresa estará conformada inicialmente con 3 socios, los cuales están dispuestos a contribuir ya sea con activos fijos, capital de trabajo o asesoría técnica.



Segundo Jamí alcalde del cantón Saquisilí

Para comenzar a operar la empresa se constituirá legalmente, mediante escritura pública con todas las formalidades que la

ley establece, para lo cual la Superintendencia de Compañías establece los siguientes pasos para su constitución legal:

- Elaboración y presentación ante la Superintendencia para formulación de observaciones, de la minuta de escritura pública, que contenga el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital.
- Depósito en una cuenta de integración, abierta en un banco como depósito de plazo mayor, del capital en numerario que haya sido suscrito y pagado, y cuando se aporta en bienes el evalúo de los mismos.
- Afiliación a la Cámara de Producción que corresponda al objeto social y autorizaciones que se requieran en los casos que determine la ley.
- Otorgamiento de la escritura pública de constitución.
- Solicitud de aprobación de la constitución de la Compañía, dirigida a la Superintendencia de Compañías, adjuntado tres copias certificadas de la escritura respectiva.
- Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de compañías.
- Protocolización de la resolución aprobatoria.
- Publicación en un diario de la localidad del extracto de la escritura y de la razón de la aprobación.

- Inscripción en el registro Mercantil, en el registro de sociedades de la Superintendencia y en el Registro Único de contribuyentes.
- Designación de los administradores de la Compañía por la Junta General, que se reunirá inmediatamente después.
- Inscripción en el Registro Mercantil del nombramiento de los administradores con la razón de la aceptación del cargo.
- Autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados.
- De igual forma la empresa obtendrá el número de RUC, Patente, Afiliación a la Cámara de Comercio de Cotopaxi, bajo todas las solemnidades del caso.

#### **3.1.4. Registro Único de Contribuyentes**

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas SRI, el RUC “es un número de identificación intransferible asignado a todas las sociedades nacionales o extranjeras, que son sujetas de obligaciones tributarias como consecuencia de la realización de actividades económicas<sup>33</sup>”. Las sociedades que realicen actividad económica tienen dos obligaciones iniciales con el SRI:

1. Obtener el RUC, documento único que les califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal.
2. Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en la

---

<sup>33</sup> [www.sri.com.ec](http://www.sri.com.ec), Registro Único del Contribuyente

información contenida en este.

Dentro de las obligaciones tributarias de las sociedades, se debe presentar las siguientes declaraciones:

- Declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA), en forma mensual.
- Declaración del Impuesto a la Renta, en forma anual.
- Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta, en forma mensual.

### 3.1.5. Tipo de empresa

Según qué aspecto se tome en cuenta se puede clasificar a las empresas de la siguiente manera.<sup>34</sup>

#### **Según la actividad económica que desarrolla:**

- **Del sector primario:** son las que crean la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícolas, ganaderas, pesqueras, mineras, etc.).
- **Del sector secundario:** son las que centra su actividad productiva al transformar físicamente bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción.
- **Del sector terciario o de servicios:** realizan actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, etc.

---

<sup>34</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

**Según la actividad empresarial:**

- **Comerciales:** se dedican al intercambio comercial de productos terminados.
- **Industriales:** Transforman un producto en otro diferente mediante diferentes procesos de fabricación.
- **Servicios:** generan productos intangibles los mismos que satisfacen las necesidades de los clientes.

Tomando en cuenta las clasificaciones de las empresas antes descritas, el proyecto pertenece al sector secundario de la economía ya que el tipo de actividad que genera es la productiva, por otro lado, según la actividad empresarial se clasifica dentro del sector industrial.

<b>NIVEL</b> :	Empresarial
<b>SECTOR</b> :	Industrial (manufactura)
<b>ACTIVIDAD</b> :	Confeccion de prendas de vestir artesanales

**3.2. Filosofía empresarial**

La filosofía de la organización representa la forma de pensar oficial de la misma. Para desarrollarla, se deben analizar 3 elementos fundamentales y trascendentes para esta, que indican hacia dónde se dirige la organización, por qué se dirige hacia allá y que es lo que sustenta u obliga a que la empresa vaya en esa determinada dirección, que son la misión, la visión y los valores.

### 3.2.1. Misión

Elaborar y proveer prendas artesanales elaboradas por productores profesionales del cantón Saquisilí, orientándonos a satisfacer las necesidades de nuestros CLIENTES con la innovación constante, la creatividad del recurso humano, los criterios de calidad y el desarrollo de ideas con nuestros proveedores dando como resultado una amplia gama de productos para competir en el mercado.

### 3.2.2. Visión

Para el año 2012 la empresa telares artesanales “PALLANA´S” se propone: Ser la empresa artesanal de bordados mas reconocida a nivel nacional, alcanzando además mediante exportación a mercados internacionales la producción de bordados de calidad, cumpliendo con las expectativas del cliente, empleados, proveedores y accionistas y así contribuir de esta forma al desarrollo del sector productivo de la industria textil.

### 3.2.3. Objetivos Estratégicos

Son el marco de referencia con base en el cual se orientan todas las estrategias, planes, programas y proyectos específicos de la organización. Sirve para evaluar el desempeño general de la organización y medir el avance o rezago que manifiesta esta en relación con los grandes propósitos empresariales. Se definen por cuatro elementos principales que son: imagen objetivo, factores clave del éxito, prioridades y parámetros de evaluación.

Son de responsabilidad de la alta dirección, ya que son los encargados de señalar la línea de acción de la empresa hacia el futuro. Son responsables de cambiar esta dirección, antes de que la empresa vaya al fracaso en el mercado. Los objetivos estratégicos sirven para definir el futuro del negocio<sup>35</sup>. Los objetivos son resultados que desea cada empresa en base a estrategias claras y ayudan al trabajo en equipo.

Los objetivos estratégicos propuestos para la empresa PALLANAS se detallan a continuación:

- Ofrecer productos y servicios de calidad con el propósito de satisfacer las necesidades del 50% de la demanda insatisfecha.

---

<sup>35</sup> DONNELLY James, GIBSON James, IVANCEVICH John; "Fundamentos de Dirección y Administración de empresas"; editorial Mc Graw Hill, Colombia.



- Minimizar los costos de producción un 20% para aplicar una estrategia de liderazgo en costos.
- Tener disponible el 10% de capital de trabajo para que no existan contratiempos y se pueda tener un alto poder de negociación con los proveedores o los clientes.
- Diseñar planes de gestión enfocadas a la satisfacción de las expectativas del segmento escogido de mercado.
- Lograr que los empleados sean más productivos, desarrollando sus actividades al 100% comprometiéndose al crecimiento de la organización de la confección de prendas en telelares.
- Obtener el reconocimiento de los productos de la empresa por su calidad, precio y diferenciación para conseguir liderazgo en el mercado de prendas artesanales.
- Lograr que los clientes y proveedores nos reconozcan como una empresa seria, innovadora y comprometida con sus aspiraciones.

#### **3.2.4. Estrategia Empresarial**

Tomando en cuenta la definición de Mintzberg Henry la estrategia en el campo de la administración es el plan que integra las principales metas y políticas de una organización y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar, además una estrategia ayuda a poner orden y asignar los recursos con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno.

Dentro de los tipos de estrategia, las estrategias corporativas, se pueden agrupar en tres grupos como muestra en se muestra en el libro Gestión estratégica de negocios del Ing. Francis Salazar:

- **Estrategia competitiva:** es una combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticas) con las cuales está buscando llegar a ellos.
- **Estrategias de ventaja competitiva:** buscan una posición favorable, provechosa y sostenible con la que la organización compita en el mercado, en aspectos como calidad, servicio y precio.
- **Estrategias de crecimiento:** persiguen el crecimiento sostenido de las ventas o de la participación en el mercado para estabilizar o reforzar los beneficios de la empresa en los mercados tantos nuevos como en los actuales.

#### **3.2.4.1. Estrategias de ventaja competitiva**

##### **Diferenciación**

- Para el presente proyecto se puede realizar una estrategia de diferenciación, ya que por tratarse de un producto que varía en diferentes características como diseño, colores, tamaño, textura y lana, la empresa ofrecerá creaciones exclusivas para elección del cliente.

#### **3.2.4.2. Estrategias de marketing**

- **Servicio**

La empresa ofrecerá a sus clientes sus diseños exclusivos y si ningún diseño le satisface, se le dará la opción de crear su propio diseño con la diferente lana que elaboramos estas prenda, para así brindarle una venta personalizada.

- **Comunicación**

Con el propósito de dar a conocer la cartera de productos que la empresa ofrecerá al mercado potencial se procederá a promocionar mediante exhibiciones, ferias, medios de comunicación (radio, Internet), revistas especializadas y hojas volantes.

Se realizarán estudios de mercado para determinar cuáles son las tendencias del mercado consumidor, con la finalidad de cumplir con los requerimientos del mercado meta y de ésta forma ganar participación al ofrecerse un producto que se ajuste a los requerimientos de los consumidores

#### **3.2.4.3. Estrategias de precios**

El precio del producto juega un papel muy importante para que los clientes potenciales prefieran una prenda artesanal de la empresa, puesto que se proyecta

ofrecer un producto de calidad con precios inferiores que los cobrados por otras empresas que ofrecen el mismo producto.

### 3.2.5. Principios

Los principios son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta.<sup>36</sup> Señalan lo que deben hacer las personas pero de manera correcta.

Son un conjunto de valores, creencias, normas que rigen la vida de la organización; son el marco de referencia dentro del cual debe definirse el direccionamiento estratégico de la empresa; son los valores aplicados que rigen la conducta del individuo. Se puede definir un principio como una declaración o verdad fundamentada que proporciona una guía para el pensamiento o la acción.<sup>37</sup>

Los principios para telares “PALLANAS” para cumplir de la mejor manera con sus empleados y clientes son:

- Enfoque hacia el cliente: es decir la atención personalizada que se le presta al cliente.
- Trabajo en equipo: se da cuando todos los miembros del equipo deciden voluntariamente subordinar sus intereses particulares, a un objetivo máximo o global.
- Desarrollo humano del personal: lograr cambios de actitud en el recurso humano comprometido en el cumplimiento de la

---

<sup>36</sup> Aristos 3; Diccionario Ilustrado de lengua española, Editorial Sopena; Barcelona, pág. 497.

<sup>37</sup> ROBBINS, Stephen; “Comportamiento Organizacional”; VIII edición; Prentice Hall

misión institucional, por medio de capacitación y reconocimiento de méritos en el cumplimiento de sus labores.

- Planificación: Enfocar los recursos disponibles al cumplimiento de la misión.
- Mejora continua: Superar las expectativas del cliente.

### 3.2.6. Valores

Los valores son cualidades que definen la fuerza, eficacia o virtud de las cosas para producir un efecto positivo.

Son convicciones básicas de un modo específico de conducta; son creencias natas que vienen con la persona y se van perfeccionando de acuerdo a las situaciones, se reflejan en el carácter. Los valores se derivan de una elección personal basada en convicciones, opiniones, prejuicios y estándares.<sup>38</sup>

Dentro de la empresa se fomentaran valores que conllevan a mantener un buen clima laboral y a entregar sus servicios a los clientes. Esos valores son los siguientes

- **Honestidad**

Compostura y moderación en las acciones que se realicen, así como también honradez en el manejo de recursos.

- **Solidaridad**

Ayuda entre funcionarios de la empresa.

---

<sup>38</sup> <http://www.monografias.com/trabajos16/estructura-organica/estructura-organica.shtml>

➤ **Lealtad**

Alcanzar un compromiso con la sociedad y maximizar la satisfacción de socios, clientes, empleados, funcionarios y directivos.

➤ **Comunicación**

Se debe expresar lo que se siente de manera abierta y franca, procurando que los mensajes se transmitan de manera oportuna es decir a su debido tiempo.

➤ **Confianza**

Creer en las capacidades de cada uno de los miembros de la organización.

➤ **Responsabilidad**

Cumplir a cabalidad y de manera eficiente las actividades u obligaciones asignadas.

➤ **Innovación**

Emplear ideas originales orientadas a resolver problemas a mejorar el desempeño de su trabajo y/o organización.

### 3.3. Organización administrativa

#### 3.3.1. Estructura orgánica

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones

componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato. Esto permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos.<sup>39</sup>

La organización comprende el establecimiento de una estructura acorde de funciones designando actividades para la consecución de las metas y objetivos propuestos en la empresa de prendas artesanales agrupando dichas actividades, delegando autoridades para llevarlas a cabo y finalmente coordinándolas para que no exista ningún problema.

Por lo mencionado anteriormente se ha precedido a señalar todas las funciones y puestos necesarios para el normal desenvolvimiento de la organización y se detallan a continuación:

### **Junta de Accionistas**

La junta de accionistas seleccionará al gerente que estará a cargo de la empresa en representación de ellos.

La junta de accionistas revisará los balances de la compañía, los informes económicos que arroje la empresa PALLANA´S, como

---

<sup>39</sup>BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 96.

también la revisión de las proyecciones de los estados financieros.

Los cumplimientos de las diferentes políticas y estrategias de la empresa prendas artesanales.

#### **Gerente**

Esta encargado de las tomas de decisiones respecto a los precios de las prendas artesanales.

En la contratación de proveedores de la diferente materia prima e insumos para la confección de las prendas para sacar un producto de calidad con el cual la empresa pueda tener su nicho de mercado.

Fijará los descuentos a los clientes, el manejo de crédito con proveedores de la compañía

Delineara las estrategias, objetivos y políticas a seguir de la empresa, administrara la empresa en las diferentes áreas que esta posea.

Revisara los presupuestos que posea la empresa en las áreas financiera y de producción

#### **Jefe de Producción**

Estará a cargo de la organización del personal de producción en sus diferentes áreas para la confección de prendas artesanales de acuerdo a las especificaciones del cliente.



Verificará y estará al tanto de la compra de los diferentes materiales para la producción de las prendas artesanales y maquinaria para el desarrollo del producto.

#### **Jefe de recursos humanos**

Crear, mantener y desarrollar un contingente de recursos humanos, con habilidad y motivación para realizar los objetivos de la empresa PALLANA´S.

Crear, mantener y desarrollar condiciones organizacionales de aplicación, desarrollo y satisfacción plena de recursos humanos y alcance de objetivos individuales.

Alcanzar eficiencia y eficacia con los recursos humanos disponibles

También se encarga en la contratación de personal adicional para la empresa si así fuera necesario, para una mayor producción.

#### **Jefe financiero**

Financiar operaciones al menor costo.

Canalizar adecuadamente los recursos de los aportes de capital, fondos captados del sector financiero y las utilidades.

Optimizar la utilización de los recursos disponibles de la empresa PALLANA´S.

Maximizar el valor de la empresa en el mercado.

Buscar la rápida recuperación de los fondos invertidos.

#### **Jefe de Marketing**

Se encargara de desarrollar los estudios de mercado cuando la empresa así lo requiera.

Buscara los medios indicados para la publicidad y promoción de la empresa

#### **Contador**

Se ocupara del área contable y tributaria de la empresa.

#### **Secretaria - Recepcionista**

Se ocupará de la recepción de llamadas de los clientes o diferentes instituciones que deseen información de la empresa.

Realizará el tipeo de proformas, facturación y la revisión del mail de la empresa.

Atenderá a los clientes que acudan a la planta para observar los diferentes productos que ofrece la empresa de confección de prendas artesanales.

#### **Inspector de materia prima**

Será el encargado de revisar toda la metería prima que llegue a la planta de producción, que se encuentra en buenas condiciones para realizar un inventario y enviar al área de producción para la confección de las prendas artesanales.

#### **Bodeguero**

Almacenar y despachar los productos terminados a los diferentes distribuidores con una base de datos que permitirá observar la entrada y salida de las prendas.

#### **Tejedoras**

Serán las encargadas de tejer las prendas teniendo estándares de calidad que permitan sacar al mercado un producto de excelentes acabados satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

#### **Cocedores (maquina de cocer**

Serán las encargadas de dar los toques finales y detalles a las prendas artesanales

#### **Control de calidad**

Será el encargado de revisar las prendas artesanales para detectar fallas y mandar a corregir para que estas prendas estén con un estándar de calidad que requiere el cliente.

#### **Guardia**

Será el encargado de salvaguardar la seguridad del personal de la planta

#### **Vendedores**

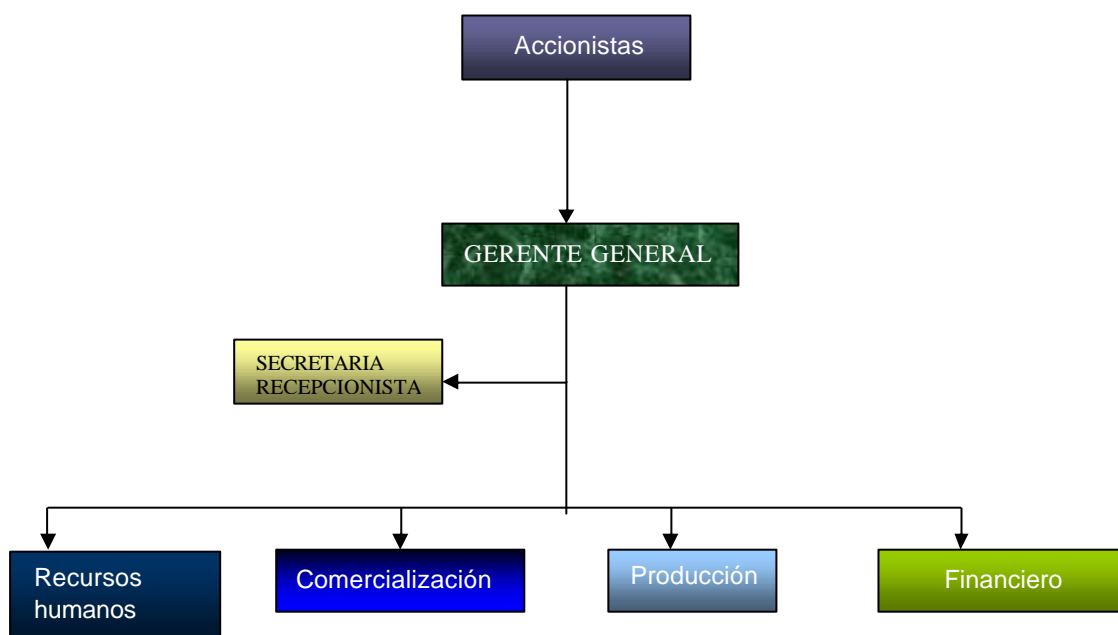
Realizarán las visitas a los posibles clientes en sus lugares de vivienda o en su lugar donde desarrollo sus actividades laborales.

### 3.3.2. Organigramas

#### 3.3.2.1 Organigrama estructural

Cuadro Nro. 3.3.2.1

#### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



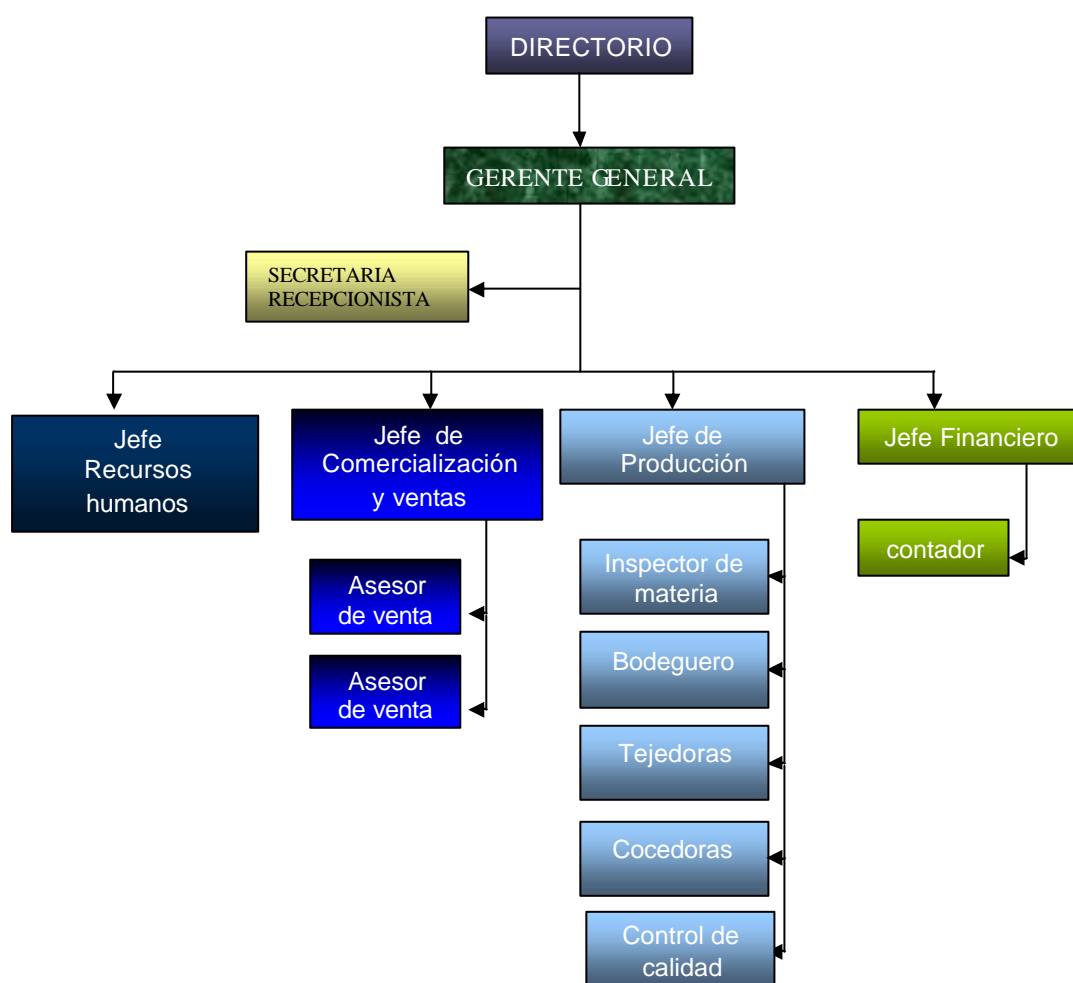
Elaboración: Cristian Padilla

### 3.3.2.2 Organigrama funcional

El organigrama de la organización muestra en forma gráfica la relación de los departamentos de una empresa, a través de las líneas de autoridad.

**Cuadro Nro. 3.3.2.2**

#### **ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



**Elaboración:** Cristian Padilla

Para el proyecto se aplicara la organización lineal - funcional que según el punto de vista del autor IDALBERTO CHAVENATO, este tipo de organización “Combina en su esquema la autoridad lineal y la autoridad funcional, en donde la organización lineal tiene como una de sus ventajas elevar las eficiencia por medio de un orden prescrito y en la organización funcional su principal ventaja es atender los asuntos de planificación proponiendo modelos para la consecución de estos”. Por lo tanto tomando en consideración estos conceptos la autoridad funcional de cada departamento apoya en la planificación por medio de consejos y recomendaciones y la autoridad de línea ejecuta las actividades propuestas en dirección a los objetivos que la organización se ha propuesto, en tal virtud en las actividades ejecutadas en la organización intervienen todos sus integrantes, por lo tanto se debe concienciar sobre la necesidad de compromiso total de cada uno de los empleados en la organización para el cumplimiento de los objetivos.

# CAPITULO V

---

## 4. Estudio financiero

A continuación se presenta el estudio financiero desarrollado, para la creación de una empresa de telares en la provincia de Cotopaxi cantón Saquisilí, en el mismo se contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo así como su estructura de financiamiento, las proyecciones de los ingresos, gastos, costos, estados de resultados, balance general y análisis de los indicadores financieros que tendrá el proyecto durante su vida económica útil.

### 4.1. Presupuestos

El presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período, con la adopción de estrategias así como de planes operativos y financieros necesarios para lograrlos.

Los resultados se expresan financiera y cuantitativamente a demás deberán ser enmarcados dentro de una temporalidad.

#### **Las principales finalidades de los presupuestos son:**

- constituirse en una herramienta básica para todo lo que representa el proceso de evaluación financiera.
- Ayudan para la asignación de recursos.
- Constituirse en una herramienta que apoye el control de gastos e inversiones y la reducción de costos operativos.

#### **4.1.1. Presupuestos de inversión**

La decisión de llevar adelante un proyecto, comprende asignar a su realización una cantidad de recursos, los mismos que se agrupan de la siguiente manera:

- Recursos necesarios para la creación y operación de una empresa
- Recursos necesarios para un periodo de funcionamiento

Los recursos para la creación y operación comprenden el capital fijo o inmovilizado del proyecto, y los recursos que se requieren para el funcionamiento constituyen el capital de trabajo o circulante.

De esta forma para la elaboración de los presupuestos para el presente proyecto prendas artesanales, se ha tomado en cuenta los rubros e información recopilada en capítulos anteriores y que involucra básicamente los requerimientos de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo permanente y que a continuación se presentan.

##### **4.1.1.1. Activos fijos**

La inversión se refiere principalmente a las inversiones en activos fijos necesarios para el proyecto y que corresponde a todos aquellos bienes tangibles que servirán de apoyo para la confección de las prendas artesanales que se detallan a continuación:



<b>ACTIVOS FIJOS en dólares</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR TOT/</b>
Telares	7	10,00	70,00
Máquina de coser	1	250,00	250,00
Bobinadora	2	150,00	300,00
Agujetas	18	1,00	18,00
Peine	18	0,45	8,10
Tijeras	18	0,90	16,20
Computadoras	8	650,00	5.200,00
Impresoras	4	60,00	240,00
Central telefónica	1	250,00	250,00
Copiadora	1	220,00	220,00
Basurero	8	12,00	96,00
Escritorios ejecutivos	3	250,00	750,00
Sofás	2	180,00	360,00
Sillones ejecutivos	8	90,00	720,00
Sillas de espera	4	60,00	240,00
Vehículo	1	18.500,00	18.500,00
Terreno	1	8.000,00	8.000,00
Planta de producción	1	57.000,00	57.000,00
Archivadores	3	140,00	420,00
Caja registradora	1	300,00	300,00
Calculadoras	10	30,00	300,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>93.258,30</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.1.1

#### 4.1.1.2. Activos intangibles

Las inversiones en activos diferidos son todas las inversiones que se realizan sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos por la compañía que son necesarios para la puesta en marcha del presente proyecto

Entre estos se encuentran los gastos de constitución, patentes y licencias, gastos de puesta en marcha, imprevistos, intereses y demás cargos financieros.

<b>ACTIVOS INTANGIBLES en dólares</b>			
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Patente municipal	1	80,00	80,00
Gasto de constitución	1	2.500,00	2.500,00
Gastos de puesta en marcha	1	500,00	500,00
Capacitación	1	300,00	300,00
<b>Total activo intangible</b>			<b>3.380,00</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.1.2

#### 4.1.1.3. Amortización de activos diferidos

La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles y es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

Los gastos pre-operacionales se extinguen gradualmente, y es necesario recuperarlos; esto se dará durante un período de 5 años, la amortización anual de dichos activos se calcula a continuación:

<b>AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS en dólares</b>					
<b>AMORTIZACION ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Patente municipal	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00
Gasto de constitución	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Gastos de puesta en marcha	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Capacitación	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
<b>TOTAL AMORTIZACION</b>	<b>\$676,00</b>	<b>\$676,00</b>	<b>\$676,00</b>	<b>\$676,00</b>	<b>\$676,00</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.1.3

#### 4.1.1.4. Capital de trabajo

El **capital de trabajo** es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

El capital de trabajo sólo se usa para financiar la operación de un negocio y dar margen a recuperar la cartera de ventas. Es la inversión en activos a corto plazo y sus componentes son el efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario. El capital de trabajo también es conocido como fondo de maniobra, que implica manejar de la mejor manera sus

componentes de manera que se puedan convertir en liquidez lo más pronto posible.

El capital de trabajo es la porción del activo corriente que es financiado por fondos de largo plazo.<sup>40</sup>

Para el caso de la empresa PALLANA´S (confección de prendas artesanales) se calculó el capital de trabajo a través del método de desfase, en el cual se aplicó la siguiente fórmula:

En donde se utilizó 30 días como ciclo de recuperación de la cartera de ventas.

<b>COSTO TOTAL</b>	
<b>AÑO</b>	<b>Costo total</b>
2009	96446,96

CUADRO 4.1.1.4.1

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Costo total} * 30}{365}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{96.446.96}{365} * 30$$

$$\text{Capital de trabajo} = 7927.15$$

El capital de trabajo necesario para la ejecución del presente proyecto es de \$7927.15 USD dólares americanos, los cuales serán financiados en un principio a través del crédito de la C.F.N. Es importante tomar en cuenta que en este caso el

<sup>40</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital\\_de\\_trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo)

costo total tiene incluido los costos administrativos costos variables y los costos fijos.

Una vez detallada la inversión a realizarse en Activos Fijos, Activos Intangibles y Capital de Trabajo, que se requiere para la puesta en marcha de la empresa se procede a realizar un presupuesto de dichos rubros, con el propósito de conocer a cuánto va ascender la inversión total. Tal como se muestra en el siguiente cuadro resumen:

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Telares	7	10,00	70,00
Máquina de coser	1	250,00	250,00
Bobinadora	2	150,00	300,00
Agujetas	18	1,00	18,00
Peine	18	0,45	8,10
Tijeras	18	0,90	16,20
Computadoras	8	650,00	5.200,00
Impresoras	4	60,00	240,00
Central telefónica	1	250,00	250,00
Copiadora	1	220,00	220,00
Basurero	8	12,00	96,00
Escritorios ejecutivos	3	250,00	750,00
Sofás	2	180,00	360,00
Sillones ejecutivos	8	90,00	720,00
Sillas de espera	4	60,00	240,00
Vehículo	1	18.500,00	18.500,00
Terreno	1	8.000,00	8.000,00
Planta de producción	1	57.000,00	57.000,00
Archivadores	3	140,00	420,00
Caja registradora	1	300,00	300,00
Calculadoras	10	30,00	300,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>93.258,30</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Patente municipal	1	80,00	80,00
Gasto de constitución	1	2.500,00	2.500,00
Gastos de puesta en marcha	1	500,00	500,00
Capacitación	1	300,00	300,00
<b>Total activo intangible</b>			<b>3.380,00</b>
<b>SUBTOTAL DE INVERSIONES</b>			<b>96.638,30</b>
Capital de trabajo			7.927,15
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>			<b>104.565,45</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.1.4.2

#### 4.1.2. Cronograma de inversión

El siguiente cronograma permite visualizar durante el tiempo de evaluación del proyecto, el momento en que se realizan nuevas inversiones, es muy importante tomar en cuenta que la evaluación del proyecto será de cinco años y en este lapso existirá una sola reinversión que se detalla a continuación

#### **REINVERSIONES en dólares**

<b>Reinversión</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2012</b>
Telares		60,00	140,00	50,00	110,00
Computadoras			5.200,00		
Impresoras			240,00		
Central telefónica			250,00		
Copiadora			220,00		
Calculadoras			300,00		
<b>TOTAL REINVERSIONES</b>		<b>60,00</b>	<b>6.350,00</b>	<b>50,00</b>	<b>110,00</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.2

#### 4.1.3. Presupuesto de operación

Los presupuestos de operaciones del proyecto se sustenta básicamente en la venta de las prendas artesanales confeccionadas en telares, definiendo el producto y la demanda que va ha ser captada, análisis que se desarrollo en el Estudio de Mercado y cuyo propósito es establecer tanto los ingresos como egresos que tendrá la empresa.

#### 4.1.3.1. Presupuestos de ingresos

A continuación se detallan los ingresos proyectados de la empresa PALLANA'S confección de prendas artesanales confeccionadas en telares.

<b>COSTOS TOTALES</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>INGRESO 30%</b>
2006	57759,58	75087
2007	57837,36	75189
2008	61645,28	80139
2009	96446,96	125381
2010	124492,02	161840
2011	161791,81	210329
2012	197514,46	256769
2013	236913,54	307988

<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>					
<b>VENTAS</b>					
Cantidad	8.322,50	14.888,00	24.792,50	36.260,50	2.750,69
Valor total	125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60
<b>Total Ingresos</b>	125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3

#### 4.1.3.2. Presupuestos de egresos

Los egresos iniciales constituyen el total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo, se considerará también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.

Una clasificación usual de costos se agrupa, según el objeto del gasto, en costo de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros.

### TABLA DE COSTOS VARIABLES DEL PROYECTO

<b>PRODUCTO : Bufanda con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	150g (Madeja y media)	0,85	1,28
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,29</b>
<b>PRODUCTO : Bufanda con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	150g (Madeja y media)	0,7	1,05
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,06</b>
<b>PRODUCTO : Bufanda con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	150g (Madeja y media)	0,75	1,13
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,14</b>
<b>PRODUCTO : Chales con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	350g ( 3 Madejas y media)	0,85	2,98
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,99</b>
<b>PRODUCTO : Chales con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	350g ( 3 Madejas y media)	0,7	2,53
Hilo	50 cm	0,1	0,01

<b>TOTAL</b>			<b>2,54</b>
<b>PRODUCTO : Chales con lana TRIZADA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lana	350g ( 3 Madejas y media)	0,75	2,68
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,69</b>
<b>PRODUCTO : Chalina con lana ANGORA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lana	200g ( 2 Madejas)	0,85	1,7
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,71</b>
<b>PRODUCTO : Chalina con lana CABLE</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lana	200g ( 2 Madejas )	0,7	1,4
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,41</b>
<b>PRODUCTO : Chalina con lana TRIZADA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lana	200g ( 2 Madejas )	0,75	1,5
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>1,51</b>
<b>PRODUCTO : Poncho con lana ANGORA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lana	1000g ( 10 Madejas)	0,85	8,5
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>8,51</b>
<b>PRODUCTO : Poncho con lana CABLE</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lana	1000g ( 10 Madejas)	0,7	7
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>7,01</b>
<b>PRODUCTO : Poncho con lana TRIZADA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lana	1000g ( 10 Madejas)	0,75	7,5



Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>7,51</b>
<b>PRODUCTO : Gorra con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	100g (1 madeja)	0,85	0,85
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>0,86</b>
<b>PRODUCTO : Gorra con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	100g (1 Madeja )	0,75	0,75
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>0,76</b>
<b>PRODUCTO : Gorra con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	100g (1 Madeja)	0,7	0,7
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>0,71</b>
<b>PRODUCTO : Cobijas de bebe con lana ANGORA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	300g (3 madejas)	0,85	2,55
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,56</b>
<b>PRODUCTO : Cobija de bebe con lana TRIZADA</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	300g (3 Madejas)	0,75	2,25
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,26</b>
<b>PRODUCTO : Cobija de bebe con lana CABLE</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	300g (3 Madejas)	0,7	2,1
Hilo	50 cm	0,1	0,01
<b>TOTAL</b>			<b>2,11</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.1

### **COSTOS FIJOS**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad medida</b>	<b>Costo anual</b>
mano de obra indirecta	Hombre	16.200,00
Mantenimiento vehículo	Mensual	360,00
Repuestos	Mensual	480,00
Mantenimiento telares	Anual	240,00
<b>TOTAL</b>		<b>17.280,00</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.2

<b>AÑOS</b>	<b><i>Demanda insatisfecha</i></b>	<b><i>Tamaño óptimo 50% de la demanda insatisfecha</i></b>
<b>2006</b>	4905	2453
<b>2007</b>	4981	2491
<b>2008</b>	8702	4351
<b>2009</b>	16645	8323
<b>2010</b>	29776	14888
<b>2011</b>	49585	24793
<b>2012</b>	72521	36261
<b>2013</b>	99025	49513

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.3

Los siguientes porcentajes se obtuvieron de la investigación de mercados para lo cual se dividirá para cada porcentaje de la prenda y para tres clases de lanas.

<b><i>Bufandas 35,29%</i></b>	<b><i>Chales 8,09</i></b>	<b><i>Chalinas 8,09%</i></b>
288	66	66
293	67	67
512	117	117
979	224	224
1751	401	401
2916	669	669
4265	978	978
5824	1335	1335

<b>Gorras 9,56%</b>	<b>Ponchos 5,88%</b>	<b>Cobijas de bebe 33,10%</b>
78	48	271
79	49	275
139	85	480
265	163	918
474	292	1643
790	486	2735
1156	711	4001
1578	970	5463

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.4

**Costo fijo unitario** = Costos fijos / valores tamaño optimo (50% de la demanda insatisfecha)

**Costo fijo unitario** =  $17280 / 2453 = 7.05$

**Costo variable total por productos** = Numero de unidades por producto (Cuadro 4.1.3.2.4) \* costo unitario variable por producto

**Costo variable total por producto** =  $288 * 1.29 = 372.16$

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Bufanda con lana ANGORA</b>	<b>Costo variable total tamaño 3</b>
7,05	1,29	372,16
6,94	1,29	377,93
3,97	1,29	660,25
2,08	1,29	1.262,91
1,16	1,29	2.259,21
0,70	1,29	3.762,19
0,48	1,29	5.502,42
0,35	1,29	7.513,37

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Bufanda con lana CABLE</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	1,06	305,81
6,94	1,06	310,54
3,97	1,06	542,53
2,08	1,06	1.037,74
1,16	1,06	1.856,40
0,70	1,06	3.091,41
0,48	1,06	4.521,37
0,35	1,06	6.173,78

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Bufanda con lana TRIZADA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	1,14	327,44
6,94	1,14	332,52
3,97	1,14	580,92
2,08	1,14	1.111,17
1,16	1,14	1.987,75
0,70	1,14	3.310,14
0,48	1,14	4.841,28
0,35	1,14	6.610,60

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Chales con lana ANGORA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	2,99	197,75
6,94	2,99	200,81
3,97	2,99	350,82
2,08	2,99	671,05
1,16	2,99	1.200,42
0,70	2,99	1.999,03
0,48	2,99	2.923,70
0,35	2,99	3.992,21

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Chales con lana CABLE</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	2,54	167,98
6,94	2,54	170,59
3,97	2,54	298,02
2,08	2,54	570,05
1,16	2,54	1.019,76
0,70	2,54	1.698,17
0,48	2,54	2.483,68
0,35	2,54	3.391,38

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Chales con lana TRIZADA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	2,69	177,91
6,94	2,69	180,66
3,97	2,69	315,62
2,08	2,69	603,72
1,16	2,69	1.079,98
0,70	2,69	1.798,46
0,48	2,69	2.630,35
0,35	2,69	3.591,65

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Chalina con lana ANGORA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	1,71	113,09
6,94	1,71	114,84
3,97	1,71	200,64
2,08	1,71	383,78
1,16	1,71	686,53
0,70	1,71	1.143,26
0,48	1,71	1.672,08
0,35	1,71	2.283,17

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Chalina con lana ANGORA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	1,71	93,25
6,94	1,71	94,70
3,97	1,71	165,44
2,08	1,71	316,45
1,16	1,71	566,09
0,70	1,71	942,69
0,48	1,71	1.378,73
0,35	1,71	1.882,61

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Chalina con lana TRIZADA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	1,51	99,86
6,94	1,51	101,41
3,97	1,51	177,17
2,08	1,51	338,89
1,16	1,51	606,23
0,70	1,51	1.009,54
0,48	1,51	1.476,52
0,35	1,51	2.016,13

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Poncho con lana ANGORA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	8,51	409,07
6,94	8,51	415,41
3,97	8,51	725,73
2,08	8,51	1.388,16
1,16	8,51	2.483,26
0,70	8,51	4.135,29
0,48	8,51	6.048,11
0,35	8,51	8.258,49

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Poncho con lana CABLE</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	7,01	336,96
6,94	7,01	342,18
3,97	7,01	597,81
2,08	7,01	1.143,48
1,16	7,01	2.045,55
0,70	7,01	3.406,39
0,48	7,01	4.982,05
0,35	7,01	6.802,82

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Ponchos con lana TRIZADA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	7,51	361,00
6,94	7,51	366,59
3,97	7,51	640,45
2,08	7,51	1.225,04
1,16	7,51	2.191,45
0,70	7,51	3.649,36
0,48	7,51	5.337,40
0,35	7,51	7.288,04

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Gorra con lana ANGORA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	0,86	67,21
6,94	0,86	68,25
3,97	0,86	119,24
2,08	0,86	228,08
1,16	0,86	408,01
0,70	0,86	679,45
0,48	0,86	993,73
0,35	0,86	1.356,91

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Gorra con lana CABLE</b>	<b>Costo variable total tamaño 3</b>
7,05	0,71	55,49
6,94	0,71	56,35
3,97	0,71	98,44
2,08	0,71	188,30
1,16	0,71	336,85
0,70	0,71	560,94
0,48	0,71	820,41
0,35	0,71	1.120,24

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Gorra con lana TRIZADA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	0,76	59,40
6,94	0,76	60,32
3,97	0,76	105,38
2,08	0,76	201,56
1,16	0,76	360,57
0,70	0,76	600,44
0,48	0,76	878,18
0,35	0,76	1.199,13

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Cobija de bebe con lana ANGORA</b>	<b><u>Costo variable total tamaño 3</u></b>
7,05	2,56	692,72
6,94	2,56	703,45
3,97	2,56	1.228,95
2,08	2,56	2.350,72
1,16	2,56	4.205,17
0,70	2,56	7.002,72
0,48	2,56	10.241,90
0,35	2,56	13.984,97



<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Cobija de bebe con lana CABLE</b>	<b>Costo variable total tamaño 3</b>
7,05	2,11	570,95
6,94	2,11	579,80
3,97	2,11	1.012,93
2,08	2,11	1.937,51
1,16	2,11	3.465,98
0,70	2,11	5.771,78
0,48	2,11	8.441,57
0,35	2,11	11.526,68

<b>Costo fijo unitario tamaño 3</b>	<b>Costo variable unitario Cobija de bebe con lana TRIZADA</b>	<b>Costo variable total tamaño 3</b>
7,05	2,26	611,54
6,94	2,26	621,01
3,97	2,26	1.084,94
2,08	2,26	2.075,24
1,16	2,26	3.712,37
0,70	2,26	6.182,09
0,48	2,26	9.041,68
0,35	2,26	12.346,11

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.5

CUADRO 4.1.3.2.6

<b>COSTOS VARIABLES TOTALES</b>	
<b>ANOS</b>	<b>materia prima</b>
2006	5020
2007	5097
2008	8905
<b>2009</b>	<b>17034</b>
2010	30472
2011	50743
2012	74215
2013	101338

Elaborado por: Cristian A. Padilla

<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Servicios basicos	2.073,12	2.280,43	2.508,48	2.759,32	3.035,25
Mano de obra directa	24.600,00	39.000,00	55.800,00	67.800,00	79.800,00
Materia prima	17.033,84	30.471,58	50.743,33	74.215,13	101.338,28
<b>TOTAL</b>	<b>43.706,96</b>	<b>71.752,02</b>	<b>109.051,81</b>	<b>144.774,46</b>	<b>184.173,54</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.7

### **COSTOS DIRECTOS**

<b>ORD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Materia prima directa	30.471,58
2	Mantenimientos telares	240,00
3	Mantenimiento vehículo	360,00
4	Repuestos	480,00
5	Mano de Obra Directa	79.800,00
<b>TOTAL</b>		<b>117.445,90</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.8

### **COSTOS INDIRECTOS**

<b>ORD.</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Mano de Obra Indirecta	16.200,00
2	Servicios Básicos	2.073,12
3	Depreciaciones	9.000,76
<b>TOTAL</b>		<b>27.273,88</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.9

### **SERVICIOS BASICOS**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Energía eléctrica	Kw.	350	0,11	38,50	462,00
Agua potable	m3.	572	0,01	2,86	34,32
Servicio telefónico	min.	600	0,07	42,00	504,00
Combustible	Galón	60	1,49	89,40	1.072,80
<b>TOTAL</b>					<b>2.073,12</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.2.10

**CUADRO 4.1.3.2.11**

<b>COSTOS TOTALES</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>2009</b>	<b>96446,96</b>
2010	124492,02
2011	161791,81
2012	197514,46
2013	236913,54

Elaborado por: Cristian A. Padilla

El costo variable total es la suma de los costos variables de los diferentes productos más costos fijos más costos administrativos.

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>Personal</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mens</b>	<b>Costo Anua</b>
Gerente	hombre	1	500	500,00	6.000,00
Jefe financiero	hombre	1	450	450,00	5.400,00
Jefe de comercializacion	hombre	1	450	450,00	5.400,00
Jefe de recursos humanos	hombre	1	450	450,00	5.400,00
Contador	hombre	1	400	400,00	4.800,00
Publicidad	Gigantografia	2	15	30,00	360,00
Publicidad	Tripticos	500	0,1	50,00	600,00
Publicidad	Catalogo	15	10	150,00	1.800,00
Publicidad	Spot radial	25	15	375,00	4.500,00
Publicidad	Afiches	2000	0,05	100,00	1.200,00
<b>TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>					<b>35.460,00</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

**CUADRO 4.1.3.2.12**
**PRESUPUESTO DE EGRESOS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Costos y gastos operativos</b>					
Mano de obra directa	24.600,00	39.000,00	55.800,00	67.800,00	79.800,00
Mano de obra indirecta	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00
Materia Prima directa	17.033,84	30.471,58	50.743,33	74.215,13	101.338,28
Otros Gastos	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Servicios básicos	2.073,12	2.280,43	2.508,48	2.759,32	3.035,25
<b>Gastos administrativos</b>					
Personal administrativo	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
Gasto publicidad	3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00
<b>Gastos financieros</b>					
Intereses bancarios	8.175,86	6.540,69	4.905,52	3.270,34	1.635,17
<b>Depreciaciones</b>	9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76
<b>Amortizaciones</b>	676,00	676,00	676,00	676,00	676,00
<b>Total egresos</b>	<b>109.799,58</b>	<b>136.209,47</b>	<b>171.874,09</b>	<b>205.961,56</b>	<b>243.725,47</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

**CUADRO 4.1.3.2.13**

#### **4.1.3.3. Estados de origen y aplicación de recursos**

Es muy frecuente que se preparen determinados Estados Financieros como ayuda para evaluar el funcionamiento pasado o actual de una empresa. El Estado de Origen y Aplicación de fondos permite que los gerentes, administradores y responsables de la gestión analicen las fuentes y aplicaciones históricas de los fondos.

Este Estado se utiliza para pronosticar posibles situaciones de riesgo que tenga la empresa, pero su objetivo principal está centrado en la utilidad que tiene para evaluar la procedencia y utilización de fondos en el largo plazo, este conocimiento permite que el administrador financiero planeé mejor los requerimientos de fondos futuros a mediano y largo plazo.

El término fondos puede utilizarse para designar el efectivo o el capital de trabajo, y como se sabe los dos son estrictamente necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, el primero para pagar las cuentas pendientes y el segundo para las negociaciones a largo plazo, la utilización del capital de trabajo en la preparación del Estado de Origen y Aplicación de fondos se basa en que los activos circulantes pueden utilizarse para pagar los pasivos circulantes de la empresa.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%204/origenyaplicacion.htm>

**EMPRESA PALLANA S**
**ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Total</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>	<b>RECURSOS FINANCIADOS</b>
Telares	70,00	70,00	
Máquina de coser	250,00	250,00	
Bobinadora	300,00	300,00	
Agujetas	18,00	18,00	
Peine	8,10	8,10	
Tijeras	16,20	16,20	
Computadoras	5.200,00	5.200,00	
Impresoras	240,00	240,00	
Central telefónica	250,00	250,00	
Copiadora	220,00	220,00	
Basurero	96,00	96,00	
Escritorios ejecutivos	750,00	750,00	
Sofàs	360,00	360,00	
Sillones ejecutivos	720,00	720,00	
Sillas de espera	240,00	240,00	
Vehículo	18.500,00		18.500,00
Terreno	8.000,00	8.000,00	
Planta de producción	57.000,00		57.000,00
Archivadores	420,00	420,00	
Caja registradora	300,00	300,00	
Calculadoras	300,00	300,00	
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
Patente municipal	80,00	80,00	
Gasto de constitución	2.500,00	2.500,00	
Gastos de puesta en marcha	500,00	500,00	
Capacitación	300,00	300,00	
Capital de trabajo	7.927,15		7.927,15
<b>TOTAL</b>	<b>104.565,45</b>	<b>21.138,30</b>	<b>83.427,15</b>
	<b>100%</b>	<b>20%</b>	<b>80%</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.3

#### 4.1.3.4. Estructura de financiamiento

Para el financiamiento del proyecto de inversión, se optará por el préstamo que otorga la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 9,8% anual. A continuación se detalla la tabla de amortización a efectos del crédito:

MONTO	83427,15
INTERES	9,80%
PALZO	5

#### AMORTIZACIÓN DEL CREDITO en dólares

Años	Saldos	Amortización	Interés	A + I
1	83.427,15	16.685,43	8.175,86	24.861,29
2	66.741,72	16.685,43	6.540,69	23.226,12
3	50.056,29	16.685,43	4.905,52	21.590,95
4	33.370,86	16.685,43	3.270,34	19.955,77
5	16.685,43	16.685,43	1.635,17	18.320,60

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.4.1

El financiamiento del presente proyecto se lo detalla en el cuadro 4.1.3.4.2:

ESTRUCTURA DE LA INVERSION	UNIDAD DE MEDIDA	PORCENTAJE	VALOR
Municipio de saquisili	\$	20%	21.138,30
Credito	\$	80%	83.427,15
TOTAL DE LA INVERSION	\$	100%	104.565,45

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.3.4.2

La inversión total para el presente proyecto es de 104.565.45 la cual el 20% equivale a fuentes propias del municipio de Saquisilí y el 80% equivale al financiamiento de fuentes externas como es la corporación financiera

nacional que es de 83.427.15 dólares a un 9.8% de interés.

#### 4.1.4. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero. Por debajo de ese nivel de actividad la empresa tendría pérdidas. Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendría beneficios.<sup>42</sup>

Para el caso de la empresa PALLANA'S el cálculo del punto de equilibrio se calculó a en unidades monetarias a través de la siguiente fórmula:

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Costos variables	43.707	71.752	109.052	144.774	184.174
Costos fijos	17.280	17.280	17.280	17.280	17.280
Ventas totales	125.381	161.840	210.329	256.769	307.988

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.1.4.1

P.E. \$=	Costos Fijos	
	1-	Costos Variables
Ventas Totales		

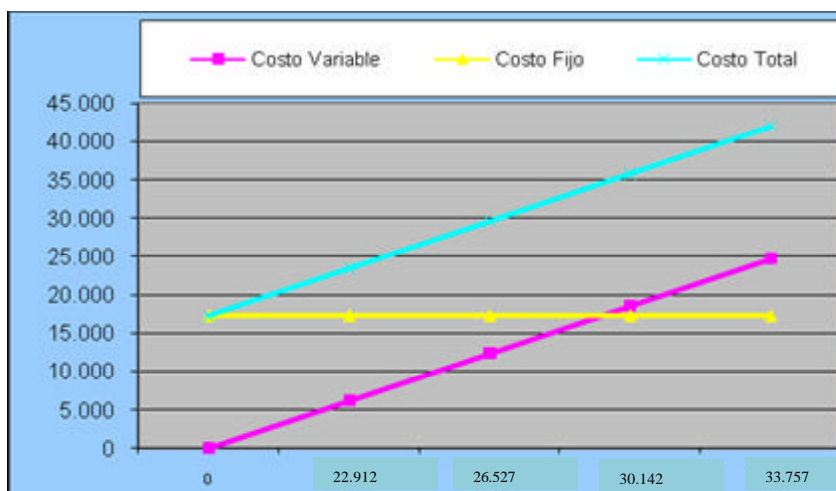
$$\text{P.E. \$} = \frac{17.280}{1 - \frac{43.707}{125.381}}$$

<sup>42</sup> <http://www.aulafacil.com/Contabcoste/Lecc-9.htm>

**P.E. = \$26527**

<b>PE\$</b>	<b>26527</b>	<b>31043</b>	<b>35886</b>	<b>39618</b>	<b>42984</b>
-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

El punto de equilibrio del primer año para la empresa es de \$ 26527



### **Análisis:**

Mediante el punto de equilibrio se ha calculado que al vender \$26.527 dólares americanos anuales no tendremos ni pérdidas ni ganancias pero si baja de este valor estaríamos perdiendo.

## **4.2. Estados financieros Pro forma**

Los estados financieros pro forma tienen como objetivo pronosticar un panorama futuro del proyecto y se los elabora en base a los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde la ejecución del proyecto hasta su operación.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> GUÍA PARA LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, Nacional Financiera, México, Pág. 90.



#### 4.2.1. Estado de resultados

Muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la compañía durante un periodo determinado; junto con el balance general forma los que son considerados como estados financieros básicos

#### **ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>					
<b>VENTAS</b>					
Cantidad	8.322,50	14.888,00	24.792,50	36.260,50	49.512,50
Valor total	125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60
<b>Total Ingresos</b>	<b>125.381,04</b>	<b>161.839,62</b>	<b>210.329,35</b>	<b>256.768,79</b>	<b>307.987,60</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costos y gastos operativos					
Mano de obra directa	24.600,00	39.000,00	55.800,00	67.800,00	79.800,00
Mano de obra indirecta	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00
Materia Prima directa	17.033,84	30.471,58	50.743,33	74.215,13	101.338,28
Otros Gastos	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Servicios básicos	2.073,12	2.280,43	2.508,48	2.759,32	3.035,25
<b>Gastos administrativos</b>					
Personal administrativo	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
Gasto publicidad	3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00
<b>Gastos financieros</b>					
Intereses bancarios	8.175,86	6.540,69	4.905,52	3.270,34	1.635,17
<b>Depreciaciones</b>	<b>9.000,76</b>	<b>9.000,76</b>	<b>9.000,76</b>	<b>9.000,76</b>	<b>9.000,76</b>
<b>Amortizaciones</b>	<b>676,00</b>	<b>676,00</b>	<b>676,00</b>	<b>676,00</b>	<b>676,00</b>
<b>Total egresos</b>	<b>109.799,58</b>	<b>136.209,47</b>	<b>171.874,09</b>	<b>205.961,56</b>	<b>243.725,47</b>
<b>UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES</b>	<b>15.581,47</b>	<b>25.630,16</b>	<b>38.455,27</b>	<b>50.807,23</b>	<b>64.262,13</b>
<b>15% participación trabajadores</b>	<b>2.337,22</b>	<b>3.844,52</b>	<b>5.768,29</b>	<b>7.621,08</b>	<b>9.639,32</b>
<b>UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE PARTICIPACION TRABAJADORES</b>	<b>13.244,25</b>	<b>21.785,63</b>	<b>32.686,98</b>	<b>43.186,15</b>	<b>54.622,81</b>
<b>25% Impuesto a la renta</b>	<b>3.311,06</b>	<b>5.446,41</b>	<b>8.171,74</b>	<b>10.796,54</b>	<b>13.655,70</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>9.933,18</b>	<b>16.339,22</b>	<b>24.515,23</b>	<b>32.389,61</b>	<b>40.967,11</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.2.1

#### **4.2.2. Flujos netos de fondos**

La construcción y proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que su constitución y evaluación se efectuarán sobre los resultados que en él se determinen.

Dentro de este balance se encuentran el flujo de fondos del inversionista y del proyecto, el mismo que permite medir los ingresos y egresos que se estima tendrá la empresa en cada uno de los años de operación.

##### **4.2.2.1. Proyecto sin financiamiento**

El flujo de fondos sin financiamiento asume que todos los fondos para la inversión provienen de los socios.

Tanto en el caso del flujo neto de efectivo del proyecto en sí, como en el del inversionista, la forma en que dicho flujo queda representado es como una serie cronológica de valores monetarios, con signos negativos y positivos por unidad de tiempo.

En este flujo se integra las aportaciones del capital social, la utilidad neta del año, las depreciaciones del activo fijo, las amortizaciones del activo diferido. En este flujo no se considera el costo financiero por lo cual es el flujo sin financiamiento.

Este flujo de fondos constituye la base para el cálculo de la TIR, VAN, período de recuperación y relación beneficio / costo.

**EMPRESA PALLANA S**  
**FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO**

<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>		125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60
<b>VENTAS</b>				628,00		
Cantidad		8.322,50	14.888,00	24.792,50	36.260,50	49.512,50
Valor total		125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60
<b>Total Ingresos</b>		125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60
<b>EGRESOS</b>						
Costos y gastos operativos						
Mano de obra directa		24.600,00	39.000,00	55.800,00	67.800,00	79.800,00
Mano de obra indirecta		16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00
Materia Prima directa		17.033,84	30.471,58	50.743,33	74.215,13	101.338,28
Otros Gastos		1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Servicios básicos		2.073,12	2.280,43	2.508,48	2.759,32	3.035,25
<b>Gastos administrativos</b>						
Personal administrativo		27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
Gasto publicidad		3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00
<b>Gastos financieros</b>						
Depreciación		9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76
Amortización intangible		676,00	676,00	676,00	676,00	676,00
<b>Total egresos</b>		101.623,72	129.668,78	166.968,57	202.691,22	242.090,30
Utilidad Bruta		23.757,33	32.170,84	43.360,78	54.077,58	65.897,30
15% Trabajadores		3.563,60	4.825,63	6.504,12	8.111,64	9.884,59
Utilidad antes de impuesto		20.193,73	34.174,37	49.295,88	59.688,36	69.915,41
25% impuesto a la renta		5.048,43	8.543,59	12.323,97	14.922,09	17.478,85
Utilidad Neta		15.145,30	25.630,78	36.971,91	44.766,27	52.436,55
Depreciación		9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76
Amortización intangible		676,00	676,00	676,00	676,00	676,00
Inversión inicial	-96.638,30					
Reinversiones			-60,00	-6.350,00	-50,00	-110,00
Capital de Trabajo	-7.927,15					
Recuperación capital de trabajo						7.927,15
Inventario	-6.094,32					6.094,32
Valor de desecho						46.534,48
<b>Flujo De caja</b>	<b>-104.565,45</b>	<b>24.822,06</b>	<b>35.247,54</b>	<b>40.298,67</b>	<b>54.393,03</b>	<b>122.559,26</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.2.2.1

#### 4.2.2.2. Proyecto con financiamiento

El Flujo de fondos del inversionista mide la rentabilidad de los recursos propios, para lo cual será necesario agregar el efecto del financiamiento. Se deberá incorporar, al flujo de caja del proyecto puro, tres elementos:

- El egreso por inversiones, será disminuido por el monto que será financiado con deuda.
- Disminución del flujo de caja, por el monto de los intereses de la deuda que se pagan en cada período.
- Disminución del flujo de caja, debido al pago por concepto de amortización de la deuda.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catpyep/transpestfin.PDF>

**EMPRESA PALLANA ´S**  
**FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA**

<b>Tamaño 3 (50% de la demanda insatisfecha)</b>						
<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>						
<b>VENTAS</b>						
Cantidad		8.322,50	14.888,00	24.792,50	36.260,50	49.512,50
Valor total		125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60
<b>Total Ingresos</b>		125.381,04	161.839,62	210.329,35	256.768,79	307.987,60
<b>EGRESOS</b>						
Costos y gastos operativos						
Mano de obra directa		24.600,00	39.000,00	55.800,00	67.800,00	79.800,00
Mano de obra indirecta		16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00
Materia Prima directa		17.033,84	30.471,58	50.743,33	74.215,13	101.338,28
Otros Gastos		1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Servicios básicos		2.073,12	2.280,43	2.508,48	2.759,32	3.035,25
<b>Gastos administrativos</b>						
Personal administrativo		27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
Gasto publicidad		3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00	3.960,00
<b>Gastos financieros</b>						
Intereses préstamo		8.175,86	6.540,69	4.905,52	3.270,34	1.635,17
Depreciación		9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76
Amortización intangible		676,00	676,00	676,00	676,00	676,00
Total egresos		109.799,58	136.209,47	171.874,09	205.961,56	243.725,47
Utilidad Bruta		15.581,47	25.630,16	38.455,27	50.807,23	64.262,13
15% Trabajadores		2.337,22	3.844,52	5.768,29	7.621,08	9.639,32
Utilidad antes de impuesto		13.244,25	21.785,63	32.686,98	43.186,15	54.622,81
25% impuesto a la renta		3.311,06	5.446,41	8.171,74	10.796,54	13.655,70
Utilidad Neta		9.933,18	16.339,22	24.515,23	32.389,61	40.967,11
Depreciación		9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76	9.000,76
Amortización intangible		676,00	676,00	676,00	676,00	676,00
Inversión	-96.638,30					
Reinversiones			-60,00	-6.350,00	-50,00	-110,00
Préstamo	83.427,15					
Capital de Trabajo	-7.927,15					
Amortización deuda		-16.685,43	-16.685,43	-16.685,43	-16.685,43	-16.685,43
Recuperación del capital de trabajo						7.927,15
Inventario						6.094,32
Valor de desecho						46.534,48
<b>Flujo De caja</b>	<b>-21.138,30</b>	<b>2.924,52</b>	<b>9.270,56</b>	<b>11.156,56</b>	<b>25.330,94</b>	<b>94.404,38</b>

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.2.2.2

### 4.3. Evaluación Financiera

#### 4.3.1. Determinación de la tasa mínima aceptable de retorno

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico. la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable, se forma de tres componentes que son:

$$TMAR = \frac{\% \text{ de Inflación} + \text{Premio al Riesgo} + \% \text{ Tasa Pasiva Promedio}}{1}$$

La inflación se puede eliminar de la evaluación económica si se dan resultados numéricos similares, por tanto, lo que realmente importa es la determinación del premio (o prima) de riesgo.

Cuando la inversión se efectúa en una empresa privada, la determinación se simplifica, pues la TMAR para evaluar cualquier tipo de inversión dentro de la empresa, será la misma y además ya debe estar dada por la dirección general o por los propietarios de la empresa. Su valor siempre estará basado en el riesgo que corra la empresa en forma cotidiana en sus actividades productivas y mercantiles. No hay que olvidar que la prima de riesgo es el valor en que el inversionista desea que crezca su inversión por encima de la inflación, es decir, la prima de riesgo indica el crecimiento real del patrimonio de la empresa.

Cuando para la operación del proyecto se requiere el financiamiento a través de entidades financieras, la tasa del crédito se debe ajustar con los rubros de impuesto a la renta y la participación de trabajadores en las utilidades de la empresa, que es del 36,25%, ya que los intereses son deducibles de impuestos.

Considerando que la tasa por la concesión de un préstamo a través de la *C.F.N* es del 9,8%, la TMAR (costo de la deuda) es la siguiente:

CUADRO 4.3.1.1

Indicadores	Porcentaje
Tasa Libre de Riesgo EEUU	5,50%
Riesgo País	6,52%
Inversionista	6%
Costo de oportunidad	18,02%

Elaborado por: Cristian A. Padilla

#### 4.3.2. Criterios de evaluación

La evaluación permite comprobar y verificar la información y viabilidad del proyecto en estudio. Sin esta labor se corre el riesgo de aprobar una inversión que al poco tiempo fracasaría, de allí la importancia de su determinación.

##### 4.3.2.1. Valor actual neto

El Valor Actual Neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método además descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental

para la evaluación y gerencia de proyectos, así como para la administración financiera.

La fórmula que nos permite calcular manualmente el Valor Actual Neto es:

*VAN = Valor actual de entradas del flujo neto de caja – inversión inicial neta.*

$$VAN = \frac{(B_0 - C_0)}{(1+i)^0} + \frac{(B_1 - C_1)}{(1+i)^1} + \frac{(B_2 - C_2)}{(1+i)^2} + \dots + \frac{(B_n - C_n)}{(1+i)^n} - IIN$$

Donde:

**B<sub>n</sub>** = Beneficio del año n

**C<sub>n</sub>** = Costo o egreso del año n

**B<sub>n</sub> – C<sub>n</sub>** = Beneficio neto obtenido en el año n.

De la misma manera “al ocupar una plantilla como Excel, en la opción Función del menú Insertar, se selecciona Financieras en la categoría de función y se elige VNA en el nombre de la función. En el cuadro VNA se escribe el interés en la casilla correspondiente a Tasa y se selecciona el rango completo de valores que se desea actualizar (se excluye la inversión en este paso por estar ya actualizado su valor). Marcando la opción Aceptar se obtiene el valor actual del flujo. Para calcular el VAN se suma la casilla donde está registrada con signo negativo la inversión.”<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> SAPAG CHAIN Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, pág. 302



Al aplicar este criterio a través de Excel se obtuvieron los siguientes resultados de Valor actual Neto tanto para el flujo de fondos del proyecto como para el flujo de fondos del inversionista.

### **CALCULO DEL VAN SIN FINANCIAMIENTO**

<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Inversión inicial</b>	<b>-96638</b>					
<b>Flujo De caja</b>	<b>-104.565,45</b>	<b>24.822,06</b>	<b>35.247,54</b>	<b>40.298,67</b>	<b>54.393,03</b>	<b>122.559,26</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 76.189,45</b>					

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.3.2.1.1

### **CALCULO DEL VAN CON FINANCIAMIENTO**

<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inversión inicial	-96.638,30					
Flujo De caja	-21.138,30	2.924,52	9.270,56	11.156,56	25.330,94	94.404,38
Costo de oportunidad	12.40%					
<b>VAN</b>	<b>\$ 65.149,57</b>					

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.3.2.1.2

Los valores calculados del VAN confirman la viabilidad del proyecto ya que son mucho mayor que 0, esto se produce debido a que sus recursos rotan muy ágilmente, lo que permite utilizar todos los activos y tener ingresos elevados.

#### **4.3.2.2. Tasa interna de retorno**

Es la retribución en porcentaje que el proyecto generará en su vida útil, por los recursos invertidos.

Un proyecto se considera bueno cuando la tasa interna de retorno es superior a la tasa de rendimiento mínima requerida para el proyecto.

La TIR se calcula con la siguiente fórmula:

$$TIR = \frac{FNC1}{(1+r)^1} + \frac{FNC2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+r)^n} - I = 0$$

También se puede calcular utilizando un sistema de aproximaciones sucesivas, partiendo de una tasa de descuento inicial que se establece en forma subjetiva la misma que se va ajustando hasta obtener dos tasas consecutivas que den como resultado un VAN positivo y otro negativo y luego por interpolación se calcula la TIR del proyecto.

**TIR = 32 %      Proyecto**  
**TIR = 60 %      Inversionista**

El proyecto generará durante su vida útil, el 32% de rentabilidad; a su vez los inversionistas obtendrán un rendimiento del 60% por los recursos invertidos para el desarrollo del mismo.

#### **4.3.2.3. Periodo de recuperación de la inversión**

El plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada período de su vida útil.

Las mejores inversiones son aquellas que tienen el menor plazo real de recuperación.

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$PRI = \text{"n hasta que } \Sigma (FNCA) = \text{INVERSIÓN}$$

Se descuentan los flujos a la tasa de descuento y se calcula la suma acumulada de los beneficios netos actualizados al momento cero.

### PERIODO DE RECUPERACION SIN FINANCIAMIENTO

AÑO	FLUJO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
1	24.822,06	22.083,68	22.083,68
2	35.247,54	31.359,02	53.442,70
3	40.298,67	35.852,91	89.295,61
4	54.393,03	48.392,38	137.687,99

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.3.2.3.1

El periodo de recuperación 104.565.45 es de 4 años con 1 mes 10 días

### PERIODO DE RECUPERACION CON FINANCIAMIENTO

AÑO	FLUJO ANUAL	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
1	2.924,52	2.601,88	2.601,88
2	9.270,56	8.247,83	10.849,71
3	11.156,56	9.925,77	20.775,48
4	25.330,94	22.536,43	22.536,43

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.3.2.3.2

El periodo de recuperación 212138.30 es de 3 años 6 días

#### 4.3.2.4. Relación Beneficio / Costo

$$\text{Razón B/C} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos} + \text{Inversión Inicial}}$$

Una vez obtenidos los resultados, el criterio de decisión será el siguiente:

- Si  $RBC > 1$  , se acepta el proyecto.
- Si  $RBC = 1$  , es indiferente entre realizar o rechazar el proyectos, los beneficios netos compensan el costo de oportunidad del dinero.
- Si  $RBC < 1$  , se rechaza el proyecto ya que el valor presente de los beneficios es menor que el valor presente de los costos.

Para el presente proyecto se utilizara la segunda formula como se muestra a continuación en la siguiente tabla:

CONCEPTO	CON FINANCIAMIENTO	SIN FINANCIAMIENTO
	VALOR ACUAL	VALOR ACUAL
<b>EGRESOS</b>	591.427,50	572.561,56
<b>INGRESOS</b>	720.309,12	720.309,12
<b>INVERSION INICIAL</b>	21.138,30	104.565,45
<b>COSTO/BENEFICIO</b>	1,26	1,48

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.3.2.4

#### 4.3.2.5. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que tendrían las diversas variables en la rentabilidad

del proyecto. Se recomienda utilizar sólo aquellas variables que son determinantes en el precio del bien o servicio (aquellas que ocupan la mayor participación en la estructura del costo de producción).

Para el análisis de sensibilidad del proyecto se han considerado los siguientes supuestos:

- a. Incremento de un 5% en las Ventas, en caso de presentarse una competencia agresiva, o si es que la inflación llegara a aumentar encareciendo el costo de vida.
- b. Incremento y disminución de los costos administrativos en 5%, que puede originarse por decretos del gobierno o decisiones políticas tomadas sin considerar cuestiones de productividad del trabajo.

#### **TABLA DE SENSIBILIDAD CON FINANCIAMIENTO**

<b>Concepto</b>	<b>Variación</b>	<b>TIR</b>	<b>VAN</b>	<b>Evaluación</b>
Flujo real		60%	65,149,57	Rentable
Aumento de costos	5%	56%	59443,64	SENSIBLE
Disminucion de ingresos	-5%	39%	48965,65	SENSIBLE
Disminucion de ingresos y costos	-5%	35%	34991,83	Muy sensible

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.3.2.5.1

Con los resultados obtenidos en el cuadro 4.3.2.5.1, se puede concluir que las variables más sensibles del proyecto con inversión disminución de ingresos y costos.

**TABLA DE SENSIBILIDAD SIN FINANCIAMIENTO**

<b>Concepto</b>	<b>Variación</b>	<b>TIR</b>	<b>VAN</b>	<b>Evaluación</b>
Flujo real		32%	72.466,42	
Aumento de costos	5%	29%	65.323,52	Poco sensible
Disminución de ingresos	-5%	21%	58.625,05	Sensible
Disminución de ingresos y costos	-5%	19%	41.591,37	Sensible

Elaborado por: Cristian A. Padilla

CUADRO 4.3.2.5.2

Los resultados obtenidos en el cuadro 4.3.2.5.2, se puede concluir que las variables más sensibles del proyecto sin financiamiento disminución de ingresos y costos.

# CAPITULO VI

---

## 5. Conclusiones y recomendaciones

### 5.1. Conclusiones

En base al presente estudio se ha determinado una serie de conclusiones, las mismas que se presentan a continuación:

- El estudio de mercados reflejo que en el cantón Saquisilí existe una demanda insatisfecha de prendas de vestir artesanales, de 16.645
- La maquinaria con la que cuenta la empresa es muy accesible lo cual se puede incrementar la producción según vaya creciendo la demanda.
- Del estudio técnico se puede concluir que se ha establecido un tamaño de producción del 50% de la demanda insatisfecha para todos los años consecuentemente.
- La utilidad del proyecto se basa en el buen manejo de cada una de las actividades empresariales, manteniendo siempre un sano equilibrio entre ingresos y egresos, además en la optimización de recursos ya que los materiales están medidos al detalle y no se obtiene mayor desperdicio.
- Los criterios de evaluación financieros realizados a los flujos correspondientes, confirman la viabilidad financiera del proyecto

- Los precios de expendio son netamente accesibles con relación al mercado objetivo ya que la empresa obtiene alto margen de ganancia por volumen de ventas.
- La empresa obtiene una ganancia debido a la cantidad de ventas que tiene por sus diferentes productos, no por el precio al que ofrece estos, por lo que se debe buscar incrementar sus ventas.
- Del análisis de recuperación del proyecto se concluye que la inversión total del proyecto en base a los flujos generados en cada período, será recuperada en 4 años, 1 mes, 10 días; en tanto que el valor invertido por los socios lo recuperarán en 3 años 6 días.
- El estudio realizado arroja un resultado muy alentador al realizar el estudio de la relación Beneficio / Costo ya que por cada dólar invertido en el proyecto se generarán \$1.48 en términos de valor actual neto. En tanto que los inversionistas obtendrán un retorno de \$1.26 por cada dólar invertido en el desarrollo del presente proyecto.

## 5.2. Recomendaciones

- Se recomienda al Ilustre municipio de Saquisilí implantar el presente proyecto ya que la evaluación financiera es viable
- Invertir en el proyecto ya que a corto plazo produce una TIR del 32% en una economía dolarizada, tasa que en la actualidad difícilmente se puede alcanzar en cualquier proyecto, todos los indicadores del proyecto corroboran lo dicho.



- Tener una innovación constante de productos, es decir nuevos catálogos que permitan al cliente tener un mayor número de alternativas en modelos de prendas, o al menos darle valor agregado a los ya existentes con la finalidad que el negocio no tenga un ciclo de crecimiento y decadencia al contrario hacer que PALLANA´S se mantenga en crecimiento constante.
- De acuerdo al crecimiento del mercado y a la rentabilidad de la empresa se recomienda que en el corto o mediano plazo se abra un Punto de Venta abarcando otra zona en donde se encuentre un nuevo mercado insatisfecho.
- La empresa deberá realizar una publicidad agresiva en el mercado para lograr ser conocida por los clientes y reconocida en la industria textil.
- Se deberá mantener los precios de las prendas artesanales por un lapso de tiempo para elevar el volumen de venta de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- GONZALEZ Irving. Compendio de Evaluación de Proyectos de Inversión. Maestría en Administración de Empresas. ESPE- ITESM. 1997
- BACA Urbina. : Evaluación de Proyectos. Editorial Mc. Graw Hill. México 1992.
- VAN HORNE, James, “Administración Financiera”, novena edición, Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1992
- GUTIERREZ, Luis Fernando, “Finanzas Prácticas para Países en Desarrollo”, Editorial Norma, Colombia, 1992.
- SAPAG Y SAPAG “Preparación y Evaluación de Proyectos”, McGRAW HILL cuarta edición, 2000
- Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001
- DONNELLY James, GIBSON James, IVANCEVICH John; “Fundamentos de Dirección y Administración de empresas”; editorial Mc Graw Hill, Colombia.
- Diccionario Ilustrado de lengua española, Editorial Sopena; Barcelona, pág. 497.
- ROBBINS, Stephen; “Comportamiento Organizacional”; VIII edición; Prentice Hall

- MENESES, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quito, 1.999
- BERMEJO, Manuel, “La creación de la Empresa Propia” Mc Graw Hill, España, 1.994
- DRUDIS, Antonio, “Planificación, Organización y Gestión de Proyectos” Editorial Gestión 2000
- LAMBIN, Jean Jaques, “Marketing Estratégico”, Prentice Hall, segunda edición, España, 1.995
- KOTLER, Phillip, “Fundamentos de Mercadotecnia”, Prentice Hall Hispanoamericana

### **PAGINAS WEB**

- <http://www.ecuadormagic.com/artesantias.html>
- <sup>1</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Tendencia>
- [http://www.sba.gov/espanol/Primeros\\_Pasos/caracteristicas\\_basicas\\_de\\_un\\_producto.html](http://www.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/caracteristicas_basicas_de_un_producto.html)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n\\_de\\_mercados](http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados)
- <http://www.elprisma.com/apuntes>
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.estadistico.com>

- <http://www.estadistico.com>
- <sup>1</sup><http://www.mercadeo.com/glosario.htm>