



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
MOCHILAS EN EL CANTÓN ALAUSÍ.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTOR:**

**DIANA ESTEFANIA URGILES BUENO**

Riobamba - Ecuador

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA FINANZAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
MOCHILAS EN EL CANTÓN ALAUSÍ.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTOR:**

**DIANA ESTEFANIA URGILES BUENO**

**DIRECTOR:** ING.FAUSTO FRANCISCO NAVARRETE CHÁVEZ

Riobamba - Ecuador

2022

© 2022, **Diana Estefania Urgiles Bueno**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, **DIANA ESTEFANIA URGILES BUENO**, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 18 de mayo de 2022

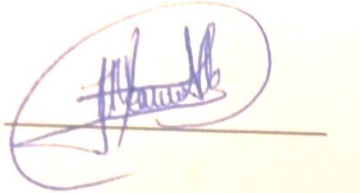
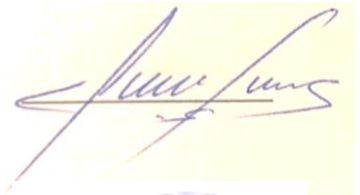

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Diana Urgilés', with a long horizontal flourish extending to the right.

**Diana Estefanía Urgilés Bueno**

**060464637-2**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MOCHILAS EN EL CANTÓN ALAUSÍ.**, realizado por la señorita: **DIANA ESTEFANIA URGILES BUENO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Fausto Francisco Navarrete Chávez <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		<b>2022-05-18</b>
Ing. Juan Alberto Ávalos Reyes <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		<b>2022-05-18</b>
Ing. Eduardo Rodríguez Solarte <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>		<b>2022-05-18</b>

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de titulación, primeramente, a Dios quien ha sido mi guía, fortaleza durante todos estos años a mi amada madre quien ha sido el pilar fundamental de mi vida, quienes me apoyo incondicionalmente durante todos estos años, por ser mi ejemplo, mi motivación y por abrazar mis sueños como los suyos.

*Diana*

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento en primer lugar a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera a mí familia que fueron mi fuente de inspiración para alcanzar mis sueños, gracias por siempre desear y anhelar lo mejor para mi vida, su apoyo me motivo a esforzarme y querer que se sientan orgullosos de mí, gracias por cada consejo y cada una de sus palabras que guiaron mi vida con todo mi corazón esto es por ustedes.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas y a la carrera de Finanzas quienes me han abierto las puertas, y me ha brindado conocimientos para formarme como una gran profesional, y como no a cada uno de los docentes que durante todos los años impartieron sus conocimientos conmigo

*Diana*

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. MARCO DE REFERENCIA .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. Antecedentes de investigación .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Marco Teórico.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.1 Proyecto .....</b>	<b>7</b>
1.2.1.1. <i>Definición de proyecto.....</i>	7
1.2.1.2. <i>Importancia de un proyecto .....</i>	7
1.2.1.3. <i>Tipos de Proyectos.....</i>	7
1.2.1.4. <i>Ciclo de un proyecto.....</i>	8
<b>1.2.2. Factibilidad.....</b>	<b>9</b>
1.2.2.1. <i>Concepto de factibilidad.....</i>	9
1.2.2.2. <i>Estudio de factibilidad.....</i>	9
1.2.2.3. <i>Proyecto de Factibilidad.....</i>	10
1.2.2.4. <i>Etapas de un proyecto de factibilidad .....</i>	10
<b>1.2.3. Estudio de Mercado .....</b>	<b>10</b>
1.2.3.1. <i>Definición de estudio de mercado .....</i>	10
1.2.3.2. <i>Objetivos del estudio de mercado.....</i>	10
1.2.3.3. <i>Investigación de mercado .....</i>	11
1.2.3.4. <i>Identificación de los productos y /o servicios .....</i>	11
1.2.3.5. <i>Análisis de la Oferta.....</i>	11
1.2.3.6. <i>Análisis de la Demanda .....</i>	11
1.2.3.7. <i>Demanda insatisfecha.....</i>	12
1.2.3.8. <i>Análisis de Precios .....</i>	12
1.2.3.9. <i>Técnica de marketing.....</i>	12



1.2.3.10.	<i>Punto de Equilibrio</i> .....	13
<b>1.2.4.</b>	<b><i>Estudio Técnico</i></b> .....	<b>14</b>
1.2.4.1.	<i>Concepto estudio técnico</i> .....	14
1.2.4.2.	<i>Componentes del Estudio Técnico</i> .....	14
1.2.4.3.	<i>Objetivos del estudio técnico</i> .....	14
1.2.4.4.	<i>Diagrama de flujos</i> .....	15
1.2.4.5.	<i>Localización de la planta</i> .....	15
1.2.4.6.	<i>Ingeniería del proyecto</i> .....	15
<b>1.2.5.</b>	<b><i>Estudio Legal</i></b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.6.</b>	<b><i>Estudio administrativo</i></b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.7.</b>	<b><i>Estudio Organizacional</i></b> .....	<b>16</b>
1.2.7.1.	<i>Organigrama Estructural</i> .....	16
<b>1.2.8.</b>	<b><i>Estudio Financiero</i></b> .....	<b>16</b>
1.2.8.1.	<i>Segmentos del estudio financiero</i> .....	17
1.2.8.2.	<i>Inversión de proyecto</i> .....	17
<b>1.2.9.</b>	<b><i>Estados Financieros</i></b> .....	<b>17</b>
1.2.9.1.	<i>Balance General</i> .....	17
1.2.9.2.	<i>Estado De Resultados.</i> .....	17
1.2.9.3.	<i>Flujo De Efectivo</i> .....	18
<b>1.2.10.</b>	<b><i>Evaluación Financiera</i></b> .....	<b>18</b>
1.2.10.1.	<i>Definición de evaluación Financiera</i> .....	18
1.2.10.2.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	18
1.2.10.3.	<i>Valor Actual Neto</i> .....	18
1.2.10.4.	<i>Tasa interna de retorno</i> .....	19
1.2.10.5.	<i>Relación Beneficio Costo</i> .....	19
1.2.10.6.	<i>Período de recuperación de la inversión</i> .....	20
<b>1.3.</b>	<b><i>Marco conceptual</i></b> .....	<b>20</b>
1.3.1.	<i>Valor actual neto (VAN)</i> .....	20
1.3.2.	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i> .....	20
1.3.3.	<i>Competencia</i> .....	20
1.3.4.	<i>Desempleo</i> .....	21
1.3.5.	<i>Emprendimiento</i> .....	21
1.3.6.	<i>Economía</i> .....	21
1.3.7.	<i>Mercado</i> .....	21
1.3.8.	<i>Rentabilidad</i> .....	21

1.3.9.	<i>Desempleo</i> .....	22
1.3.10.	<i>Necesidad</i> .....	22
1.3.11.	<i>Idea por defender</i> .....	22
1.3.12.	<i>Producto</i> .....	22
1.3.13.	<i>Innovador</i> .....	22
1.3.14.	<b>Variables</b> .....	22
1.3.14.1.	Variable Independiente .....	23
1.3.14.2.	Variable Dependiente .....	23

## CAPÍTULO II

2.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	24
2.1.	<b>Enfoque de investigación</b> .....	24
2.1.1.	<i>Enfoque mixto</i> .....	24
2.2.	<b>Nivel de Investigación</b> .....	24
2.2.1.	<i>Investigación Exploratorio</i> .....	24
2.2.2.	Investigación Descriptiva.....	25
2.3.	<b>Diseño de investigación</b> .....	25
2.3.1.	<i>Diseño no experimental</i> .....	25
2.4.	<b>Tipo de estudio</b> .....	25
2.4.1.	<i>Investigación de Campo</i> .....	25
2.5.	<b>Población y muestra</b> .....	26
2.5.1.	<i>Población</i> .....	26
2.5.2.	<i>Muestra</i> .....	26
2.6.	<b>Métodos Técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	27
2.6.1.	<i>Métodos de investigación</i> .....	27
2.6.1.1.	<i>Método deductivo</i> .....	27
2.6.1.2.	<i>Método inductivo</i> .....	27
2.6.2.	<b>Técnicas de investigación</b> .....	27
2.6.2.1.	<i>Entrevista</i> .....	27
2.6.2.2.	<i>Encuesta</i> .....	28
2.6.3.	<b>Instrumentos</b> .....	28
2.6.3.1.	Cuestionario .....	28
2.7.	<b>Análisis e Interpretación de Resultados...</b> .....	28
2.8.	<b>Discusión de Resultados</b> .....	39

### CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	<b>41</b>
<b>3.1.</b>	<b>Título de la propuesta</b> .....	<b>41</b>
<b>3.2.</b>	<b>Objetivo de la propuesta</b> .....	<b>41</b>
<b>3.3.</b>	<b>Antecedentes de Investigación</b> .....	<b>41</b>
<b>3.4.</b>	<b>Contenido de la propuesta</b> .....	<b>41</b>
<b>3.5.</b>	<b>Estudio de mercado</b> .....	<b>41</b>
<b>3.5.1.</b>	<i>Demanda Actual</i> .....	<b>42</b>
<b>3.5.2.</b>	<i>Análisis de la demanda en el cantón Alausí</i> .....	<b>42</b>
<b>3.5.3.</b>	<i>Cálculo del de la población o mercado objetivo (n)</i> .....	<b>42</b>
<b>3.5.4.</b>	<i>Cálculo del consumo per cápita</i> .....	<b>42</b>
<b>3.5.5.</b>	<i>Cálculo de la población mercado objeto</i> .....	<b>43</b>
<b>3.5.6.</b>	<i>Cálculo de la demanda actual</i> .....	<b>43</b>
<b>3.5.7.</b>	<i>Análisis de la oferta de las mochilas en el cantón Alausí</i> .....	<b>43</b>
<b>3.5.8.</b>	<i>Proyección de la oferta de las mochilas</i> .....	<b>44</b>
<b>3.5.9.</b>	<i>Determinación de la demanda insatisfecha</i> .....	<b>44</b>
<b>3.5.10.</b>	<i>Análisis de datos e información de resultados</i> .....	<b>45</b>
<b>3.5.11.</b>	<i>Plan de comercialización</i> .....	<b>46</b>
<b>3.5.11.1.</b>	<i>Producto</i> .....	<b>46</b>
<b>3.5.11.2.</b>	<i>Precio</i> .....	<b>47</b>
<b>3.5.11.3.</b>	<i>Promoción</i> .....	<b>48</b>
<b>3.5.11.4.</b>	<i>Medios de publicidad</i> .....	<b>49</b>
<b>3.5.11.5.</b>	<i>Relación con los clientes</i> .....	<b>49</b>
<b>3.5.11.6.</b>	<i>Canales de distribución</i> .....	<b>50</b>
<b>3.6.</b>	<b>Estudio Técnico</b> .....	<b>50</b>
<b>3.6.1.</b>	<b>Determinación del tamaño del proyecto</b> .....	<b>50</b>
<b>3.6.1.1.</b>	<i>Objetivos del estudio técnico</i> .....	<b>51</b>
<b>3.6.2.</b>	<b>Localización del proyecto</b> .....	<b>51</b>
<b>3.6.2.1.</b>	<i>Macro localización</i> .....	<b>51</b>
<b>3.7.</b>	<b>Micro localización</b> .....	<b>52</b>
<b>3.7.1.</b>	<b>Factores que influyen en la micro localización</b> .....	<b>52</b>
<b>3.7.2.</b>	<b>Ingeniería del Proyecto</b> .....	<b>53</b>
<b>3.7.2.1.</b>	<i>Diseño del producto</i> .....	<b>53</b>
<b>3.7.2.2.</b>	<i>Características de la mochila que valora el cliente</i> .....	<b>53</b>
<b>3.7.2.3.</b>	<i>Partes que componen una mochila</i> .....	<b>53</b>

3.7.2.4.	<i>Especificaciones Técnicas de la Tela</i> .....	54
3.7.2.5.	<i>Comportamientos externos</i> .....	55
3.7.2.6.	<i>Procesos de producción</i> .....	56
3.7.2.7.	<i>Maquinaria necesaria</i> .....	57
3.7.2.8.	<i>Cursograma del proceso de producción de la mochila</i> .....	58
3.7.2.9.	<i>Requerimientos de materiales y equipo</i> .....	59
3.7.2.10.	<i>Equipo de computo</i> .....	59
3.7.2.11.	<i>Requerimiento de oficina</i> .....	60
3.7.2.12.	<i>Requerimiento de muebles y enseres</i> .....	60
3.7.2.13.	<i>Organización de las actividades producidas</i> .....	60
<b>3.7.3.</b>	<b><i>Estudio Legal y Administrativo</i></b> .....	<b>62</b>
3.7.3.1.	<i>Estudio Legal</i> .....	62
3.7.3.2.	<i>Base Legal</i> .....	62
<b>3.7.4.</b>	<b><i>Estudio Administrativo</i></b> .....	<b>64</b>
3.7.4.1.	<i>Descripción de la empresa</i> .....	64
3.7.4.2.	<i>Misión</i> .....	65
3.7.4.3.	<i>Visión</i> .....	65
3.7.4.4.	<i>Valores Institucionales</i> .....	65
3.7.4.5.	<i>Objetivos estratégicos</i> .....	65
3.7.4.6.	<i>Políticas</i> .....	65
3.7.4.7.	<i>Reglamento</i> .....	66
3.7.4.8.	<i>Análisis Foda</i> .....	66
<b>3.7.5.</b>	<b><i>Estudio Organizacional</i></b> .....	<b>67</b>
3.7.5.1.	<i>Estructura Organizacional</i> .....	67
3.7.5.2.	<i>Organigrama Funcional</i> .....	68
3.7.5.3.	<i>Perfil del Puesto</i> .....	68
<b>3.8.</b>	<b><i>Estudio Financiero</i></b> .....	<b>75</b>
<b>3.8.1.</b>	<b><i>Inversión Inicial</i></b> .....	<b>75</b>
3.8.1.1.	<i>Activos Fijos</i> .....	76
3.8.1.2.	<i>Activos Diferidos</i> .....	79
3.8.1.3.	<i>Capital de Trabajo</i> .....	80
<b>3.8.2.</b>	<b><i>Estructura del Funcionamiento</i></b> .....	<b>80</b>
<b>3.8.3.</b>	<b><i>Depreciación de activos fijos</i></b> .....	<b>81</b>
<b>3.8.4.</b>	<b><i>Costos y Gastos</i></b> .....	<b>82</b>
3.8.4.1.	<i>Costos de producción</i> .....	82

3.8.4.2.	<i>Materia Prima</i> .....	83
3.8.4.3.	<i>Materia Prima Indirecta</i> .....	83
3.8.4.4.	<i>Mano de Obra Directa</i> .....	83
3.8.4.5.	<i>Gastos Indirectos de Fabricación</i> .....	84
3.8.4.6.	<i>Gastos de ventas</i> .....	84
3.8.4.7.	<i>Gastos Administrativos</i> .....	85
3.8.4.8.	<i>Gastos Financieros</i> .....	85
3.8.4.9.	<i>Gastos depreciaciones y amortizaciones</i> .....	86
<b>3.8.5.</b>	<b><i>Costos Fijos y Costos Variables</i></b> .....	<b>86</b>
3.8.5.1.	Costos Fijos.....	86
3.8.5.2.	Costos Variables.....	87
<b>3.8.6.</b>	<b><i>Precio de Venta</i></b> .....	<b>87</b>
<b>3.8.7.</b>	<b><i>Ingreso por ventas</i></b> .....	<b>87</b>
<b>3.8.8.</b>	<b><i>Punto de equilibrio</i></b> .....	<b>88</b>
3.8.8.1.	Punto de equilibrio en ventas .....	88
3.8.9.	Estados de resultados .....	<b>88</b>
<b>3.8.10.</b>	<b><i>Flujo de caja</i></b> .....	<b>89</b>
<b>3.8.11.</b>	<b><i>Evaluación Financiera</i></b> .....	<b>90</b>
3.8.11.1.	<i>Van (Valor Actual Neto)</i> .....	90
3.8.11.2.	<i>Tasa de Descuento</i> .....	91
3.8.11.3.	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	91
3.8.11.4.	<i>Relación Beneficio Costo</i> .....	92
3.8.11.5.	<i>PRI (Periodo de recuperación de la inversión)</i> .....	92
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>94</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>95</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-1:</b>	Diagrama .....	15
<b>Tabla 1-2:</b>	Uso frecuente de mochila .....	29
<b>Tabla 2-2:</b>	Género de las personas encuestadas.....	30
<b>Tabla 3-2:</b>	Criterio acerca del precio de la mochila actualmente.....	31
<b>Tabla 4-2:</b>	Característica más importante para usted a la hora de comprar una mochila. ....	32
<b>Tabla 5-2:</b>	Aprobación de la ciudadanía a que exista una empresa de mochilas en el cantón .....	33
<b>Tabla 6-2:</b>	Medio de preferencia para informarse de los productos de confecciones chelo .....	34
<b>Tabla 7-2:</b>	Aceptación de que exista un convenio de las unidades educativas con la empresa. ....	35
<b>Tabla 8-2:</b>	Precio de preferencia a pagar de una mochila.....	36
<b>Tabla 9-2:</b>	Marca de mochila preferida .....	37
<b>Tabla 10-2:</b>	Tiempo de preferencia para comprar una mochila. ....	38
<b>Tabla 11-2:</b>	Tipo de material de preferencia para una mochila .....	39
<b>Tabla 1-3:</b>	Proyección de la demanda para los siguientes 5 años .....	43
<b>Tabla 2-3:</b>	Sondeado a los comercializadores de mochilas del cantón .....	44
<b>Tabla 3-3:</b>	Proyección de la Oferta .....	44
<b>Tabla 4-3:</b>	Cálculo de la demanda insatisfecha .....	45
<b>Tabla 5-3:</b>	Demanda insatisfecha.....	45
<b>Tabla 6-3:</b>	Precio.....	48
<b>Tabla 7-3:</b>	Marca preferida.....	48
<b>Tabla 8.3:</b>	Funciones del canal de distribución.....	50
<b>Tabla 9-3:</b>	Ponderación para ubicar la empresa.....	53
<b>Tabla 10-3:</b>	Partes de la tela que compone una mochila .....	54
<b>Tabla 11-3:</b>	Especificaciones Técnicas de la tela Nylon .....	55
<b>Tabla 12-3:</b>	Especificaciones Técnicas de la tela impermeable.....	55
<b>Tabla 13-3:</b>	Maquinaria .....	57
<b>Tabla 14-3:</b>	Números de maquinaria y equipo .....	59
<b>Tabla 15-3:</b>	Equipo de computo .....	59
<b>Tabla 16-3:</b>	Requerimiento de oficina.....	60
<b>Tabla 17-3:</b>	Muebles y Enseres.....	60

<b>Tabla 18-3:</b>	Datos de la Organización.....	64
<b>Tabla 19-3:</b>	Personal requerido.....	68
<b>Tabla 20-3:</b>	Diseño del puesto de gerente .....	69
<b>Tabla 21-3:</b>	Diseño del puesto de jefe de producción .....	70
<b>Tabla 22-3:</b>	Diseño del puesto de obrero 1 .....	71
<b>Tabla 23-3:</b>	Diseño del puesto asesor de ventas .....	72
<b>Tabla 24-3:</b>	Diseño del puesto departamento financiero.....	74
<b>Tabla 25-3:</b>	Inversiones en el proyecto .....	75
<b>Tabla 26-3:</b>	Edificio .....	76
<b>Tabla 27-3:</b>	Adecuaciones de edificio.....	76
<b>Tabla 28-3:</b>	Maquinaria y Equipo .....	76
<b>Tabla 29-3:</b>	Equipos de Oficina.....	77
<b>Tabla 30-3:</b>	Muebles y Enseres.....	77
<b>Tabla 31-3:</b>	Equipos de computo .....	78
<b>Tabla 32-3:</b>	Vehículo .....	78
<b>Tabla 33-3:</b>	Activos Fijos .....	78
<b>Tabla 34-3:</b>	Activos Diferidos .....	79
<b>Tabla 35-3:</b>	Capital de Trabajo .....	80
<b>Tabla 36-3:</b>	Estructura del Financiamiento .....	80
<b>Tabla 37-3:</b>	Destino de crédito .....	81
<b>Tabla 38-3:</b>	Depreciación de activos fijos .....	82
<b>Tabla 39-3:</b>	Materia prima.....	83
<b>Tabla 40-3:</b>	Materia Prima Indirecta .....	83
<b>Tabla 41-3:</b>	Mano de Obra Directa .....	83
<b>Tabla 42-3:</b>	Gastos Indirectos de Fabricación .....	84
<b>Tabla 43-3:</b>	Gastos de ventas.....	84
<b>Tabla 44-3:</b>	Gastos Administrativos .....	85
<b>Tabla 45-3:</b>	Tabla de amortización .....	85
<b>Tabla 46-3:</b>	Gastos de depreciaciones y amortizaciones .....	86
<b>Tabla 47-3:</b>	Costos Fijos .....	86
<b>Tabla 48-3:</b>	Costos Variables .....	87
<b>Tabla 49-3:</b>	Precio de venta.....	87
<b>Tabla 50-3:</b>	Ingreso por ventas .....	87
<b>Tabla 51-3:</b>	Punto de Equilibrio .....	88
<b>Tabla 52-3:</b>	Estado de Resultados.....	89

<b>Tabla 53-3:</b> Flujo de caja.....	90
<b>Tabla 54-3:</b> Tasa de Descuento.....	91



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-2:</b>	Rango de Mochilas.....	29
<b>Gráfico 2-2:</b>	Pregunta 2.....	30
<b>Gráfico 3-2:</b>	Pregunta 3.....	31
<b>Gráfico 4-2:</b>	Pregunta 2.....	32
<b>Gráfico 5-2:</b>	Pregunta 5.....	33
<b>Gráfico 6-2:</b>	Pregunta 6.....	34
<b>Gráfico 7-2:</b>	Pregunta 7.....	35
<b>Gráfico 8-2:</b>	Pregunta 8.....	36
<b>Gráfico 9-2:</b>	Pregunta 9.....	37
<b>Gráfico 10-2:</b>	Pregunta 10.....	38
<b>Gráfico 11-2:</b>	Material de preferencia.....	39
<b>Gráfico 1-3:</b>	Cálculo de la demanda insatisfe.....	45
<b>Gráfico 2-3:</b>	Distribución de las Inversiones .....	75

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-3:</b>	Producto Terminado .....	46
<b>Figura 2-3:</b>	Presentación de la mochila a vender .....	47
<b>Figura 3-3:</b>	Etiqueta de la mochila.....	47
<b>Figura 4-3:</b>	Macro localización.....	51
<b>Figura 5-3:</b>	Cantón Alausí.....	52
<b>Figura 6-3:</b>	Distribución de la mochila .....	56
<b>Figura 7-3:</b>	Diagrama General del proceso de producción.....	57
<b>Figura 8-3:</b>	Flujograma de procesos .....	61
<b>Figura 9-3:</b>	Infraestructura de la empresa .....	62
<b>Figura 10-3:</b>	Estructura Organizacional.....	67
<b>Figura 11-3:</b>	Organigrama funcional .....	68

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** FORMATO DE ENCUESTA

**ANEXO B:** RUC DEL NEGOCIO

## RESUMEN

El presente trabajo investigativo se centró en la elaboración de un análisis de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de mochilas en el Cantón Alausí que permita el establecimiento del negocio que se desea incorporar al mercado y con el mismo una rentabilidad mucho más favorable para los inversionistas y consecuentemente el crecimiento del cantón y la provincia. Se presentó un marco inicial con relación a una fundamentación teórica que permitió el conocimiento de las variables objeto de estudio al igual que el conocimiento de las principales herramientas financieras de aplicabilidad para la medición de la correcta factibilidad del negocio, posteriormente se presenta un marco metodológico con un enfoque mixto que se enfoca en la recolección de información necesaria con relación al mercado en el que se desea incursionar, por otra parte cada una de las directrices de acuerdo a la aplicabilidad de una investigación exploratoria, adicional se evidenció la aplicación del método deductivo, método inductivo, método analítico. Finalmente se presenta una propuesta con realzó los principales componentes de la empresa recalcando la creación de su misión, visión, organigrama, filosofía organizacional entre otras cosas, adicionalmente se ejecutó un estudio técnico para la ejecución de la macro localización y micro localización al igual que los principales insumos de acuerdo con la infraestructura de la organización. Concluyendo así que el proyecto fue factible según la evaluación financiera, obteniendo así un VAN positivo de \$ 36961,95 y un TIR del 22,64%, mayor que una tasa pasiva del sistema financiero actual. Por tanto, se recomienda hacer uso del presente documento como guía para futuras investigaciones.

**Palabras clave:** <FACTIBILIDAD>, <EMPRENDIMIENTO>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO TÉCNICO>, <EVALUACIÓN FINANCIERA>, <RENTABILIDAD>.



## **ABSTRACT**

This research work focused on the development of a feasibility analysis for the creation of a company for the production and marketing of backpacks in the Alausi Canton that allows the establishment of the business to be incorporated into the market and with it much more favorable profitability for investors and consequently the growth of the canton and the province. An initial framework was presented about a theoretical foundation that allowed the knowledge of the variables under study as well as the knowledge of the main financial tools of applicability for the measurement of the correct feasibility of the business, then a methodological framework is presented with a mixed approach that focuses on the collection of necessary information regarding the market in which you want to venture, on the other hand, each of the guidelines according to the applicability of exploratory research, in addition, the application of the deductive method, inductive method, an analytical method was evidenced. Finally, a proposal is presented with enhanced the main components of the company emphasizing the creation of its mission, vision, organization chart, and organizational philosophy among other things, additionally a technical study was executed for the execution of the macro location and micro-location as well as the main inputs according to the infrastructure of the organization. Thus, the project was feasible according to the financial evaluation, obtaining a positive NPV of \$ 36961.95 and an IRR of 22.64%, higher than the passive rate of the current financial system. Therefore, it is recommended to make use of this document as a guide for future research.

**Keywords:** Feasibility, entrepreneurship, market study, technical study, financial evaluation, profitability



Lic. José Luis Andrade Mendoza, Mgs.  
0603339334

## **INTRODUCCIÓN**

Este trabajo va dirigido al estudio de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de Producción y Comercialización de Mochilas en el Cantón Alausí, con el propósito de mejorar el proyecto familiar.

La provincia de Chimborazo en especial el cantón Alausí, ya que cuenta con una gran acogida de parte de los turistas, y cuenta con gran astronomía y variedades de producción en distintas áreas, es por eso que se desea aprovechar esta ventaja para iniciar la actividad comercial en el sector.

En el presente trabajo se presenta el planteamiento, formulación y sistematización del problema. Seguido del objetivo general y objetivos específicos, la justificación teórica, metodológica y práctica de la investigación, los mismos que sustentan el desarrollo de los capítulos

### **CAPÍTULO I:**

Se presenta el desarrollo de la investigación, mediante el marco de referencia, el mismo que consiste en la identificación de los antecedentes investigativos, el sustento teórico de las variables, mediante el tratamiento de temáticas como: la planificación empresarial, la gestión financiera, la planificación financiera, el análisis financiero y la rentabilidad. Además, contiene el marco conceptual, la idea a defender, y las variables de estudio.

### **CAPÍTULO II:**

Se expone la metodología utilizada en el desarrollo de la investigación, que contiene el enfoque, nivel, diseño de investigación y tipo de estudio. Así mismo la población, métodos, técnicas e instrumentos investigativos utilizados. Además, se presenta el análisis e interpretación de los resultados.

### **CAPÍTULO III:**

Se detallan los estudios: de Mercado donde se establecen las acciones de respuesta del mercado como la oferta, demanda, precios del mercado; estudio técnico que abarca los requerimientos para desarrollar el proyecto; estudio legal, estudio organizacional, estudio financiero y la evaluación financiera donde se demuestra la factibilidad o no factibilidad del proyecto

## **Planteamiento del Problema**

En la provincia de Chimborazo han el sector económico que más ha crecido en esta última década ha sido el de la construcción, ganadería, y agrícola seguido por el de transporte, información y comunicaciones, siendo estos sectores que han generado mayores ingresos económicos, además son importantes fuentes generadoras de empleo tanto para habitantes propios y de lugares aledaños, con lo cual contribuyen de forma positiva en el desarrollo y el crecimiento económico de la localidad (Mora.R, 2020).

En la provincia de Chimborazo especialmente en el cantón Alausí se ha caracterizado por ser un cantón ganadero, agrícola, mercantil afirma que el 46,8% de la población se concentra en ciertas actividades, mientras que el 53.20% de la misma se concentra en actividades industriales manufactureras, se puede afirmar que existen pocas personas con capacidad técnica en procesos manufactureros, por tanto, los procesos de producción y comercialización de los negocios se vuelve ineficiente y empírico al momento de fabricar mochilas de buena calidad (INEC, 2019).

Los negocios del cantón Alausí la mayoría de los negocios ofrecen mochilas de muy mala calidad al público e incluso la poca innovación de las mochilas nacionales disminuye la competitividad de las mismas en el mercado y son relegadas por mochilas extranjeras con mayor calidad o diseño en el mercado.

Es por eso que la investigación se adecua en la necesidad de mejorar y potenciar un proyecto familiar el cual se desea aprovechar la demanda, el sector y a determinar los requerimientos futuros para crecer y en lo posible consolidar esta iniciativa familiar como la primera empresa de producción y comercialización de mochilas en el cantón Alausí.

## **Formulación del problema**

¿De qué manera incide la creación de una empresa de producción y comercialización de mochilas en el cantón Alausí?

¿El desarrollo de un estudio técnico y de mercado permitirá proyectar la factibilidad de la creación de una empresa?

## **Sistematización del problema**

¿Cuál es la situación actual del sector en la ciudad de Alausí, en referencia a las necesidades y preferencias de la población de la localidad?

¿Cuál es el tamaño óptimo y proceso productivo del proyecto?

¿Cuáles son las normativas legales y administrativas para la constitución de la empresa?

## **OBJETIVOS**

### **Objetivos General**

Elaborar un proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de mochilas en el cantón Alausí.

### **Específicos**

- Establecer una base teórica que sustente la investigación del proyecto de factibilidad para la creación de la empresa en la ciudad de Alausí.
- Determinar la situación actual del sector en la ciudad de Alausí, mediante la utilización de herramientas y técnicas que permitan determinar necesidades y preferencias de la ciudadanía para el desarrollo del tema propuesto.
- Diseñar un estudio técnico y de mercado a través de levantamiento de información para determinar la factibilidad.
- Determinar la factibilidad o no factibilidad del proyecto para la creación de la empresa Distribuidora y Elaboradora de Mochilas.

### **Justificación**

Esta idea de negocio surge con el objetivo de aprovechar la acogida que tiene en el cantón, así como las preferencias de las instituciones, con la creación de la empresa esto ayudaría a mejorar la economía en la ciudad, ya que aprovechando el turismo y el conocimiento se podría inclinar generar nuevas fuentes de empleos, ofreciendo un producto de calidad para los ciudadanos.

Con la creación de la empresa se podrá ofrecer la mano textil y manufacturera del cantón, un espacio para la comercialización e intercambio de productos, mano de obra y materia prima con la empresa, creando a futuro convenios y medios de comercialización a nivel nacional.



Al no existir una empresa o microempresa dedicada a la industria manufacturera se abre la oportunidad de implantar una empresa que produzca mochilas nacionales. Y al estar ubicados en una zona fronteriza dedicada al comercio se convierte en un mercado atractivo para la venta. La investigación trata de ser un aporte en el desarrollo empresarial y social del cantón Alausí.

### **Justificación Teórica**

El presente trabajo de investigación se realizará en base a la recopilación de información de diversas fuentes, tales como: encuestas, artículos científicos, tesis, sitios web, etc.; que sirvan de sustento y respaldo en la elaboración del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa elaboradora y distribuidora de mochilas en el cantón Alausí.

### **Justificación metodológica**

Esta investigación requiere de una metodología específica que permita obtener un hilo conductor y a la vez facilite el proceso de la elaboración de un proyecto de factibilidad para llegar a obtener un impacto positivo para el planteamiento de un marco propositivo, alcanzando de esta manera los objetivos planteados; por lo que, los métodos que se utilizarán en la investigación son: cualitativa y cuantitativa ya que se obtendrán los resultados de la investigación de mercados realizando encuestas para obtener información de la fuente y posteriormente la interpretación de los resultados obtenidos.

Se desarrollarán los métodos: descriptivo, para que se pueda dar a conocer el problema y la solución del mismo de una manera clara y precisa; deductivo, que permite partir de lo general a lo particular y llegar a una conclusión; observación, así se establecerá para lograr una investigación adecuada y así para tomar las decisiones necesarias.

Es por ello que, este trabajo de investigación se aplicarán las metodologías necesarias de la investigación científica para llevar a cabo el tema propuesto, como las encuestas personalizadas a las familias de la ciudad, esperando obtener información para tener en cuenta si la empresa será rentable o no, a través de ellos se podrá conocer los gustos, preferencias, recomendaciones y sugerencias de los clientes.

## **Justificación Práctica**

El presente trabajo investigativo se justifica con la elaboración del Proyecto de Factibilidad para la creación de Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa De Producción Y Comercialización De Mochilas En El Cantón Alausí; el cual, permitirá dotar de mochilas a Escuelas, Jardines y Colegios con convenios y a precios accesibles a la población Alauseña, esto también permitirá dinamizar la economía del sector, ya que por su naturaleza el sector está inmerso en la industria textil, manufacturera, comercial y turística.

Brindando de esta manera no solo un beneficio para la empresa, sino un beneficio para la comunidad de esta localidad, justificándose de esa manera el presente estudio como benéfico también ante la sociedad.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO DE REFERENCIA

#### 1.1. Antecedentes de investigación

Las siguientes investigaciones están relacionadas con el tema del presente Proyecto de factibilidad, se puede mencionar a los siguientes:

##### ANTECEDENTE 1

**Título:** Modelo de negocio rentable ejecutado en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

**Autor:** Arias Moreira Marcos Fabián

**Universidad:** Universidad Regional Autónoma de los Andes

##### Resumen

Nace de una idea la cual surge de la necesidad de durabilidad de los bolsos, mochilas, carteras, portafolios, existiendo insatisfacción al momento de iniciar las actividades laborales, escolares diarias. El producto es un artículo de madera diseñado y elaborado para sostener de manera regulable y segura las pertenencias de la mochila o cualquier bolso que disponga para el uso, está elaborado con la fusión de madera y acero inoxidable totalmente ensamblado y pegado con materiales de calidad para su mayor resistencia. (Granda Sanmartín, 2020)

##### ANTECEDENTE 2

**Título:** “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de mochilas a ubicarse en la ciudad de manta”.

**Autor:** Santana Mero Ángel Vinicio

**Universidad:** Universidad Laica Libre de Colombia

##### Resumen

De la presente investigación se analizó el estudio técnico, específicamente el proceso productivo de la mochila, con el fin de diseñar un proceso que se adapte a nuestra realidad local y permita

mejorar la calidad de las mochilas a elaborar, mediante el estudio de características como resistencia, funcionalidad y ergonomía las cuales son importantes al momento de elaborar una mochila. También se analizó el estudio organizacional, mismo que ayudo a conocer el procedimiento legal para constituir una empresa. Además, se consideró la organización interna como fuente para determinar las posibles unidades de la empresa. (Jorge Armando)

## **1.2 Marco Teórico**

### **1.2.1 Proyecto**

#### *1.2.1.1. Definición de proyecto*

Según (Raffino M. E., 2018) un proyecto se define como planificación y un conjunto de actividades que se encuentran coordinadas con el objetivo de alcanzar un resultado ya planteado, como por ejemplo al iniciar un emprendimiento, satisfacer una necesidad, etc. es donde se busca los recursos necesarios para poder cubrir aquellas necesidades.

#### *1.2.1.2. Importancia de un proyecto*

En general la creación de nuevos proyectos genera una gran importancia para el ámbito social pues permite generar datos previos antes del desarrollo de la puesta en marcha del proyecto con la finalidad de determinar cuál sería la fiabilidad de establecer dicha proyección; para lo cual las propuestas innovadoras son la base fundamental de la generación de futuros proyectos, pues permite generar un enfoque de participación activa de quienes integran el proyecto generando un beneficio personal y social. (Delord, Porlán, & Harres, 2017)

#### *1.2.1.3. Tipos de Proyectos*

Cuando se habla de proyecto siempre es necesario especificar algo más que permita encuadrar el área o sector donde sus competencias se desarrollarán. Existen muchos tipos de proyectos, pero los más comunes son:

**Proyectos públicos:** son proyectos que son financiados por los fondos públicos.

**Proyectos privados:** Son proyectos con un capital propio

**Proyecto mixto:** son proyectos que pueden ser financiados con fondos públicos o con fondos privados.

**Proyectos experimentales:** son proyectos que exploran áreas de campos

**Proyectos normalizados:** son proyectos que tienen fijados sus normas y laboran en función de ellas.

**Proyecto de inversión:** es un plan donde se asigna un capital, materia prima, maquinaria, insumos, con el fin de producir un bien o un servicio útil para el ser humano o para la sociedad de manera eficiente, segura, y rentable por lo que primero tenemos que estudiar el proyecto para ver si va a ser o no rentable, es recomendable tomar en cuenta los siguientes puntos. (Chaves, 2018).

#### *1.2.1.4. Ciclo de un proyecto*

De acuerdo a lo expuesto (Lucid, 2020) , el ciclo de un proyecto está determinado por cuatro fases de las cuales se desprenden:

- **Fase de inicio**

Dónde se identifica una necesidad para la creación de un proyecto a partir de un problema o una oportunidad que posteriormente genera ideas a manera de solución ante los problemas encontrados.

- **Fase de planificación**

Dónde se pasan en la aprobación de un proyecto negocio creación empresarial y se inicia el ciclo de vida de la gestión del proyecto, Pues en este punto se inicia con la generación de objetivos a ser alcanzados y se incluye la generación del plan de proyecto, así como la creación de diagramas de flujo de trabajo; de igual forma surge el cálculo del presupuesto a ser necesario, se pronostica posibles riesgos a los cuales se ve expuesto al proyecto, con la finalidad de crear un proyecto más estable ante el entorno que lo rodea.

- **Fase de ejecución**

En esta fase se ha probado ya el negocio como tal o proyecto se ha establecido los posibles de riesgos y se ha puesto en marcha ya la producción de la empresa; pues en esta fase se ejecuta y se pone a la realidad todo lo planificado, para lo cual se da en la ejecución de las tareas que se organizaron previamente, la capacitación del personal la comunicación necesaria, el control de calidad, y se gestiona el presupuesto, así como la inversión, al igual que los gastos a desarrollarse.

- **La fase de cierre**

Está determinada por las posibles adversidades que pudo haber sufrido dicha empresa.

### ***1.2.2. Factibilidad***

#### ***1.2.2.1. Concepto de factibilidad***

Es un elemento que nos ayuda a tomar mejores decisiones a través de su evaluación, donde se estudia ciertos instrumentos como los financieros con el fin de medir las posibilidades de éxito o fracaso que va a tener un proyecto de inversión. (Chavez, 2018)

#### ***1.2.2.2. Estudio de factibilidad***

Un estudio de factibilidad tiene una estructura definida; el orden de los contenidos está orientado. Presentar un resumen del proyecto.

- Elaborar cada parte por separado.
- Fundamentar cada parte en las anteriores.
- Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- Es importante que sea resumido, claro, con lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes. (Vargas, 2016).

### *1.2.2.3. Proyecto de Factibilidad*

El proyecto de factibilidad tiene como finalidad generar propuestas de un producto o servicio con ciertos recursos, con el objetivo de satisfacer las necesidades de una persona o de la sociedad en general **Fuente especificada no válida.**

### *1.2.2.4. Etapas de un proyecto de factibilidad*

Según (Córdoba, 2016) las etapas de un proyecto de factibilidad son las siguientes:

- **Estudio de Mercado.** - Es el punto más importante porque permite conocer los competidores y los posibles clientes.
- **Estudio Técnico.** – Tiene como objetivo determinar el capital de trabajo, los recursos y costos necesarios para el proyecto.
- **Estudio Financiero.** - Tiene como finalidad evaluar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto.

### *1.2.3. Estudio de Mercado*

El estudio de mercado es muy importante dentro de un proyecto ya que nos permite conocer cuál va a ser nuestra demanda y oferta además nos permite recopilar datos para ver si un proyecto va a ser aceptado por la población, dentro de este estudio entra el análisis técnico, administrativo, y el análisis económico, financiero. (Thompson, 2019).

#### *1.2.3.1. Definición de estudio de mercado*

El estudio de mercado es muy importante dentro de un proyecto ya que nos permite conocer cuál va a ser nuestra demanda y oferta además nos permite recopilar datos para ver si un proyecto va a ser aceptado por la población, dentro de este estudio entra el análisis técnico, administrativo, y el análisis económico, financiero (Nuño, 2017)-

#### *1.2.3.2. Objetivos del estudio de mercado*

Estudiar la demanda insatisfecha en el mercado

- Identificar las necesidades de los consumidores

- Conocer los competidores y los canales de comercialización
- Evaluar la cantidad de bienes y servicios que adquiere la población
- Verificar la viabilidad, para aceptar o rechazar el proyecto. (Nuño, 2017).

#### *1.2.3.3. Investigación de mercado*

El estudio de mercado es un instrumento que se utiliza para recolectar información con el fin de ayudar a los inversionistas, y emprendedores a tomar mejores decisiones a través de elementos que nos ayuda a conocer mejor a la población de estudio, como entrevistas y encuestas este nos permitirá conocer cuáles van a hacer sus gustos y preferencias. (Nuño, 2017)

Dentro del estudio de mercado también entra los elementos de la oferta y demanda que nos permitirá determinar si empresa de mochilas en la ciudad va a hacer aceptada o no.

#### *1.2.3.4. Identificación de los productos y/o servicios*

Para ofertar un producto primero se debe conocer que necesidades se espera satisfacer, y estudiar si el mercado va a estar dispuesto a adquirir aquellos productos, y también que beneficios vamos a brindar a nuestros consumidores. (Nuño, 2017)

#### *1.2.3.5. Análisis de la Oferta*

“El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o u servicio” (Baca, 2010).

El análisis de la oferta ayudará a determinar la cantidad de productos que se podrán ofrecer en el mercado, depende la población si desean o no consumir el bien o servicio que se oferta dependiendo de eso se calculara la oferta.

#### *1.2.3.6. Análisis de la Demanda*

La demanda es un cierto número de productos que los demandantes están en condición de adquirirle en el mercado a un precio específico con el fin de satisfacer una necesidad. (Morales & Morales, 2017)



La demanda se considera las siguientes variables que son:

- Ingresos de los demandantes
- Cantidad de demandantes
- Precio de los bienes complementarios
- Precio de bienes sustitutos
- Gustos y preferencias (Sapag & Sapag, 2008)

#### 1.2.3.7. *Demanda insatisfecha*

La demanda insatisfecha se determina cuando la demanda por los consumidores es mayor que lo ofertado por los oferentes, es decir, es donde el conjunto de establecimientos o parte de una población no tienen acceso al bien o servicio que solicitan. La propuesta cubrirá una porción de mercado identificada (Andía, 2018).

#### 1.2.3.8. *Análisis de Precios*

El precio es el valor de los productos o servicios expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que se relaciona la calidad del producto con el valor (Morales & Morales, 2017).

Establecer precios que estén al alcance de cada uno de los consumidores, de tal manera que decidan adquirir los productos.

#### 1.2.3.9. *Técnica de marketing*

### **Producto**

Esto es todo aquello que deseamos vender, sea un servicio, un bien intangible o un producto con valores físicos. El producto debe tener gran calidad o avances de innovación superiores a los de la competencia. (Economiapedia, 2021)

## **Precio**

Se trata de la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener, lo que tiene una gran importancia en la percepción que el consumidor tiene del producto y de la empresa (Stanton, 2018).

## **Plaza**

Esta se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas (Stanton William, 2016).

## **Promoción**

En su investigación define a la promoción como, la comercialización conocida también como estrategias promocionales a través de este, los clientes potenciales llegan a saber lo que se vende, con el fin de convencerlos (Arias, 2017).

### *1.2.3.10. Punto de Equilibrio*

El punto del equilibrio corresponde al valor mínimo de ingresos necesario para no tener pérdidas, donde los ingresos se igualan a los costos y el beneficio es igual a cero. Para determinar el punto de equilibrio es necesario la relación entre costos, gastos fijos, costos y gastos variables con el volumen de ventas (Salvador.E.T, 2017).

El punto de Equilibrio matemáticamente se define como:

$$\text{Punto de equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{Costo fijo Precio}}{\text{Costo variable}}$$

$$\text{Punto de equilibrio (en \$)} = \frac{\text{Costo fijo}}{(1 - \text{Costo variable Precio})}$$

#### **1.2.4. Estudio Técnico**

##### *1.2.4.1. Concepto estudio técnico*

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos (Rus, 2020).

##### *1.2.4.2. Componentes del Estudio Técnico*

- **Localización del proyecto:** mediante un estudio técnico para establecer la dimensión de la planta y el lugar adecuado para la comercialización o producción
- **Tamaño del proyecto:** clasifica la capacidad de producción y la demanda
- **Procesos administrativos:** se hace referencia a las actividades ejecutivas del proyecto (Delord, Porlán, & Harres, 2017).






##### *1.2.4.3. Objetivos del estudio técnico*

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.
- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio (Rus, 2020).

#### 1.2.4.4. Diagrama de flujos

El diagrama de flujo es un instrumento que ayuda a representar las actividades, paso a paso, estas formas van conectados y nos indican un proceso.

**Tabla 1-1:** Diagrama

SIMBOLO	NOMBRE	FUNCION
	Inicio/ Fin	Representa El Inicio Y El Fin De Un Proceso
	Línea De Flujo	Indica El Orden De La Ejecución De Las Operaciones
	Entrada/Salida	Representa La Lectura De Los Datos
	Proceso	Representa Cualquier Tipo De Operación
	Decisión	Representa La Decisión Al Análisis

Fuente: (Raffino M. , 2018)

#### 1.2.4.5. Localización de la planta

Según, (Echeveria, 2017) en su investigación para determinar la factibilidad de un proyecto expresa que la localización hace referencia a la ubicación geográfica óptima donde la empresa desarrollará sus actividades comerciales (p.99).

#### 1.2.4.6. Ingeniería del proyecto

Es la etapa, donde se realizará una descripción de todo el proceso que se debe llevar a cabo para generar el bien o servicio, la distribución óptima de la planta y los equipos, maquinaria y demás recursos necesarios para el correcto funcionamiento del proceso (Borja, 2018 ).

### ***1.2.5. Estudio Legal***

Guerrero (2016) “*El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto, también toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, presentaciones sociales y además obligaciones laborales*” (p.52).

Es muy importante que todas las personas conozcan las leyes, reglamentos que serán utilizados para la implementación y funcionamiento de un negocio.

### ***1.2.6. Estudio administrativo***

Un estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa; Las empresas que inician operaciones deben comenzar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas (Guerrero, 2016).

### ***1.2.7. Estudio Organizacional***

#### ***1.2.7.1. Organigrama Estructural***

Un organigrama estructural es aquel que, partiendo de una cadena de mando, muestra la estructura administrativa existente en una organización. Por tanto, el organigrama estructural, lo que nos está indicando es como se determinan los diferentes puestos, de manera que se conozca el grado de autoridad y responsabilidad (Rus, 2020).

### ***1.2.8. Estudio Financiero***

El estudio económico involucra el cálculo de los principales estados financieros proyectados, para un período determinado, el cual generalmente es de 5 años, en virtud del cual, se estiman ventas, costos y gastos, permitiendo plantear escenarios, que pueden suscitar luego de la puesta en marcha de las operaciones de la empresa, sin dejar de lado la incidencia de factores económicos como es la inflación, tasa activa, tasa pasiva, tasa riesgo país (Salvador L. J., 2017).

El principal objetivo de este estudio es determinar los recursos monetarios que serán necesarios para poner en marcha el proyecto.

#### *1.2.8.1. Segmentos del estudio financiero*

Para realizar un segmento financiero debemos realizar un presupuesto financiero donde podamos verificar el periodo de recuperación, el TIR y el VAN este nos ayudara a conocer de una manera más segura si la empresa va a correr riesgo o va a ser rentable. (Borja, 2018 ), Este proyecto de la cafetería va a tener un plan de financiamiento con un préstamo, ya que no cuenta con capital.

#### *1.2.8.2. Inversión de proyecto*

Dentro de la inversión del proyecto entra todo lo que se necesita para operar en este caso todo considerado gasto, el mismo que ayuda a generar e iniciar el proyecto, se necesita conocer lo que se va a necesitar y cuál va a hacer su vida útil (Borja, 2018 )

### **1.2.9. Estados Financieros**

El estudio financiero dentro de un proyecto es importante `porque tiene la finalidad de demostrar la viabilidad y rentabilidad del proyecto además ayuda a determinar el costo que se incurre en el proceso de operación y conocer cuál es el monto del recurso necesario para que el proyecto de ejecute (Ávila, 2018).

#### *1.2.9.1. Balance General*

El balance general o estado de situación inicial es un reporte financiero que nos ayuda a conocer el estado financiero en una fecha determinada. El Balance General está compuesto por los activos, pasivos y el patrimonio, dicho reporte por lo general se realiza al finalizar el ejercicio de la empresa de manera anual, o periódicamente para un mejor seguimiento (Ávila, 2018).

#### *1.2.9.2. Estado De Resultados.*

Se presenta información financiera que los ingresos se deducen los costos y gastos, y finalmente obtiene las utilidades o perdidas del ejercicio como el monto de los impuestos y participación de los trabajadores que corresponde a un periodo determinado (Morales & Morales, 2017).

### *1.2.9.3. Flujo De Efectivo*

La información generada por este estado permite a los usuarios estados financieros evaluar la capacidad que tienen las empresas para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades de liquidez. Logrando tomar decisiones más razonables y mejores. (Vargas, 2016).

### *1.2.10. Evaluación Financiera*

#### *1.2.10.1. Definición de evaluación Financiera*

La herramienta de la evaluación financiera ayuda a determinar la viabilidad, y el rendimiento aceptado y la vida útil que genera el proyecto de inversión, es instrumento que permite valorar y comparar entre si los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas del proyecto de inversión ayuda a tomar mejores decisiones (Chaves, 2018).

#### *1.2.10.2. Punto de equilibrio*

Morales (2017) El punto de equilibrio determina el grado de rentabilidad en un punto exacto, es decir ayuda a conocer el nivel de ventas mínimo y es donde se iguala los costes de los ingresos totales esta herramienta es muy importante por ayuda a no tener pérdidas” (p.23)

Donde:

$$PE = CF / 1 - (CV - V)$$

Donde:

CF= Costo Fijo

CV= Costos Variables

V= Ventas

#### *1.2.10.3. Valor Actual Neto*

Según el autor Rocabert (2007) El VAN mide la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos, calcula la cantidad total en que ha aumentado el capital como consecuencia del proyecto (p.6).

$$VAN = \sum \frac{F_n}{(1+r)^n} + I_0$$

n=1

Fin: El flujo neto de un periodo

i: tasa de oportunidad/alternativa

n: periodo de vida útil del proyecto

I: Inversión inicial (Roberto, 2016)

#### 1.2.10.4. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es un instrumento que ayuda a determinar un valor presente de rentabilidad del proyecto, se obtiene del valor de los ingresos con el valor de los egresos y la tasa que se utiliza en el valor neto actual hace que sea igual a 0. (Contreras, 2020).

$$\text{TIR} = \sum_{t=0}^{\infty} \left( \frac{F_n}{(1+i)^n} \right) = 0$$

- **F<sub>n</sub>**: es el flujo de caja de un periodo
- **N**: muestra el periodo del proyecto
- **I**: cantidad de inversión.

#### 1.2.10.5. Relación Beneficio Costo

La relación del beneficio costo se obtiene al dividir el valor actualizado de beneficio y entre el valor actualizado de la corriente de los costos este da un valor de una tasa actualizada esta ayuda a conocer cuanto vamos a tener de rentabilidad durante nuestra operación de los productos. (Rucoba & Luján, 2018).

$$RBC = \frac{\sum I_n / (1+i)^n}{\sum E_n / (1+i)^n}$$
$$RBC = \frac{VAN \text{ Ingresos } (i)}{VAN \text{ Egresos } (i)}$$



#### *1.2.10.6. Período de recuperación de la inversión*

Esta es una herramienta que ayuda a medir el tiempo de recuperación de la inversión con exactitud, determinando los años, meses y los días este resultado se obtiene con la siguiente fórmula. (Córdoba, 2017).

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Ingresos Promedios}}$$

### **1.3. Marco conceptual**

#### *1.3.1. Valor actual neto (VAN)*

El VAN, también conocido como valor presente neto (VPN), es el valor actual de los beneficios netos que genera el proyecto. Mide, en moneda de hoy, cuánto más bienestar económico tendría la sociedad con la ejecución del proyecto, en lugar de colocar su dinero en la actividad que tiene como rentabilidad la tasa de descuento adoptada (Gil, 2017)

#### *1.3.2. Tasa interna de retorno (TIR)*

La tasa interna de retorno, universalmente conocida como TIR, es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea cero. La TIR es un número que no depende de la tasa de interés que rige en el mercado de capitales. Por eso se llama tasa interna de rentabilidad; el número es interno o inherente al proyecto y no depende exclusivamente de los flujos de caja del proyecto. La TIR indica la rentabilidad de realizar un proyecto y la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero (Gil, 2017),

#### *1.3.3. Competencia*

La competencia hace a aquella situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores que intentan maximizar su beneficio o satisfacción. Así, los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda. (Gil, 2017)

#### ***1.3.4. Desempleo***

El desempleo o el paro es uno de los problemas más graves para cualquier país y no solo por sus implicaciones económicas, de hecho, como se puede comprobar en cualquier recesión prolongada, el desempleo es el desajuste económico con mayores consecuencias sociales y personales”. (Pedroza, 2019)

#### ***1.3.5. Emprendimiento***

Emprendimiento es un negocio que nace en el pensamiento de una persona visionaria ya que no todas las personas son capaces de lanzarse a lo desconocido, emprender es la persona que tiene nuevos proyectos nuevas metas en busca de generar una rentabilidad para sí mismo y para los demás (Valencia, 2016).

#### ***1.3.6. Economía***

La economía es una ciencia que se encarga de estudiar cómo se mueven los recursos económicos y como se puede satisfacer necesidades de una población, es importante porque nos ayuda a conocer cómo se manejan y como se administran los recursos disponibles (Sevilla, 2016).

#### ***1.3.7. Mercado***

El mercado se puede conocer como el grupo de personas que están interesados en un producto y en su consumo por otra parte también se conoce a los vendedores que ofrecen los bienes y servicios generando una acción de intercambio (Quiroa, 2015)

#### ***1.3.8. Rentabilidad***

La rentabilidad es un beneficio que una empresa va a tener, una empresa podrá medir su eficiencia y como mejorarla de esta manera también se podrá corregir si tiene alguna falencia para que la empresa pueda seguir operando. (Sanchez, 2004)

### ***1.3.9. Desempleo***

El desempleo es la falta de empleo, es una persona que esta desocupada y no tiene un salario con que sustentarse en la actualidad se ve a muchas personas desempleadas que puede generar preocupación ya que no hay con que pueda llevar el pan a la mesa. (Lora, 2018)

### ***1.3.10. Necesidad***

Se conoce con la palabra necesidad a la sensación de carencia y que se espera ser cubierta desesperadamente y cuando es cubierta genera una satisfacción por lo general los seres humanos tenemos muchas necesidades que con la inteligencia humana que son cubiertas. (Ucha, 2018)

### ***1.3.11. Idea por defender***

Estudio de factibilidad para el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de mochilas en el Cantón Alausí. y como esta influiría en el desarrollo económico de la misma. (Rucoba & Luján, 2018).

### ***1.3.12. Producto***

El producto es el objeto que se ofrece dentro del mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los seres humanos de una sociedad una vez que el producto es ofrecido se espera que sea adquirido por los consumidores. (Rucoba & Luján, 2018).

### ***1.3.13. Innovador***

La palabra innovación se refiere a la aplicación de nuevas ideas, ya sea en productos, servicios con el objetivo de generar un incremento de la productividad y competitividad, es bueno porque nos ayuda a que se puedan introducir los productos al mercado para así generar una rentabilidad propia y a los demás (Rucoba & Luján, 2018).

### ***1.3.14. Variables***

#### *1.3.14.1. Variable Independiente*

##### Proyecto de Factibilidad

El proyecto de factibilidad nos permite evaluar mediante el TIR, el VAN, para determinar si un es factible y viable un proyecto

#### *1.3.14.2. Variable Dependiente*

Sustentabilidad económica la sustentabilidad en sentido amplio, puede ser entendida como la producción de bienes y servicios, donde se satisfagan las necesidades humanas y se garantice una mejor calidad de vida a la población en general. (Ucha, 2018)

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Enfoque de investigación

En la siguiente investigación se utilizó un enfoque de investigación mixto.

##### *2.1.1. Enfoque mixto*

De acuerdo con (Ruiz, 2018). Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

En el presente trabajo de investigación se utilizará el enfoque mixto para determinar las características de la Empresa, así como los métodos cualitativos y cuantitativos para recopilar datos e información de las actividades que realiza la empresa, permitiendo una comprensión amplia del objeto de estudio.

#### 2.2. Nivel de Investigación

##### *2.2.1. Investigación Exploratorio*

De acuerdo con (Moreno, 2016), el nivel exploratorio se efectúa cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes, sirve para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, su metodología es más flexible y son más amplios e implica mayor riesgo y requiere gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador.

Este tipo de investigación exploratoria se centra en la investigación y el análisis a fondo de la empresa, que nos permita realizar los análisis necesarios para el presente trabajo de investigación.

## **2.2.2. Investigación Descriptiva**

De acuerdo con (Moreno, 2016), la investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

Se utilizará el nivel descriptivo para realizar una descripción de las características y variables involucradas en la realización del tema propuesto.

## **2.3. Diseño de investigación**

### **2.3.1. *Diseño no experimental***

La investigación no experimental es un parteaguas de varios estudios cuantitativos, como las encuestas de opinión, los estudios ex post-facto retrospectivos y prospectivos, etc. debido a que se aplicarán los instrumento en un momento específico por lo tanto la información se recolectará por única vez sin cambios posteriores. Con el objetivo de describir las variables y analizar su incidencia en un determinado momento (Rivero, 2018).

## **2.4. Tipo de estudio**

### **2.4.1. Investigación de Campo**

La investigación de campo permite obtener datos e información directamente utilizando técnicas como las encuestas, entrevistas con la finalidad de obtener respuestas como los gustos y preferencias de futuros clientes (Arias, 2017).

Este tipo de estudio ayudará a obtener información de primera mano, la modalidad permitirá levantar información asociada a la realidad del mercado, se realizará encuestas a la población de la ciudad de Alausí para obtener información de sus gustos y preferencias en los productos.

## 2.5. Población y muestra

### 2.5.1. Población

La población se utiliza para conocer el universo de datos que se va a utilizar para conocer nuestros futuros clientes, por lo que es conocida como el total de personas que habitan en un determinado lugar. (Moreno, 2016)

La población que consideré para esta investigación fue la población de Alausí-Ecuador, del total de habitantes son 40.600 considerando también las familias el cual son de 11022 familias, se les consideró ya que ya son económicamente activos y la población actual al 2019 realizada en la proyección con la tasa de crecimiento poblacional por cada año (INEC, 2018).

### 2.5.2. Muestra

La muestra es un subconjunto de la población. Para que sea considerado como muestra es necesario que todos los elementos de ella pertenezcan a la población. (Mejia, 2018)

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

**Dónde:**

**N**=Tamaño de la muestra (Total de la Población)

**q**= desviación estándar de la población que generalmente, suele utilizarse un valor de 0,5 **Z**=

Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no tiene su valor, se lo toma en relación con el 95% de confianza equivale a 1,96

**e**= Limite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, este queda a criterio del investigador, Margen de error 5%

**p** = Proporción esperada (en este caso 50%) (Mejia, 2018)

n = 382

Se obtuvo el resultado mediante el cálculo de la muestra es de: 382.

## **2.6. Métodos Técnicas e instrumentos de investigación**

### **2.6.1. Métodos de investigación**

#### *2.6.1.1. Método deductivo*

El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas (Jacinto, 2017).

El método deductivo dentro del proyecto nos ayudará a tener un conocimiento general, se utilizará para el desglose que conlleva el proyecto; como conocer cuáles son las fases que debe contener el mismo, su marco teórico y conceptual, para que el enfoque de la investigación sea clara, mismas que apoyarán al desarrollo de las diferentes estrategias que nos ayudará a conocer si el proyecto va a hacer o no factible.

#### *2.6.1.2. Método inductivo*

El método inductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales (Jacinto, 2017).

Este método va de lo particular a lo general, por lo que partiendo del planteamiento del problema se expondrá varias opciones para direccionar y enfocarnos a donde va a ser dirigido este proyecto. La información que se obtenga con este método nos ayudará a identificar las necesidades que se espera satisfacer, y reconocer que recursos se necesitan para la implementación de este negocio.

### **2.6.2. Técnicas de investigación**

#### *2.6.2.1. Entrevista*

La entrevista es una herramienta muy usada dentro de investigaciones, se define como un cuestionario de preguntas con un tema en específico y que tiene una serie de reglas la finalidad de este es obtener información de las personas y conocer sus opiniones y gustos (Bernal, 2016).



Se aplicará al dueño de Confecciones Chelo y a los negocios del sector dedicados a la venta de mochilas.

#### *2.6.2.2. Encuesta*

Según, (López, 2015) encuesta se define como aquella técnica para producción-recogida de información, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados con anterioridad y es versátil puesto que permite indagar sobre diversos temas de individuos o grupos estudiados obteniendo información de calidad.

Esta técnica se utilizará para obtener una mayor información de gustos y preferencia, serán dirigidas a las personas del sector urbano de la ciudad de Guaranda con el propósito de saber cuáles son las opiniones para la creación de una nueva cafetería.

#### **2.6.3. Instrumentos**

##### *2.6.3.1. Cuestionario*

Según (López, 2015) “Consiste en un conjunto de preguntas formuladas en base a una o más variables a medir, donde se utiliza un formulario impreso estandarizado de preguntas, en el cual el encuestado llena por sí mismo”.

Las preguntas serán aplicadas a la población Alauseña este instrumento permitirá obtener información lo cual nos permitirá conocer cuáles son los gustos y preferencias al momento de adquirir una mochila, y cuáles son los precios que están dispuesto a pagar por él producto.

#### **2.7. Análisis e interpretación de resultados**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CONSUMIDORES DE CONFECIONES CHELO**

##### **Muestra 382 personas**

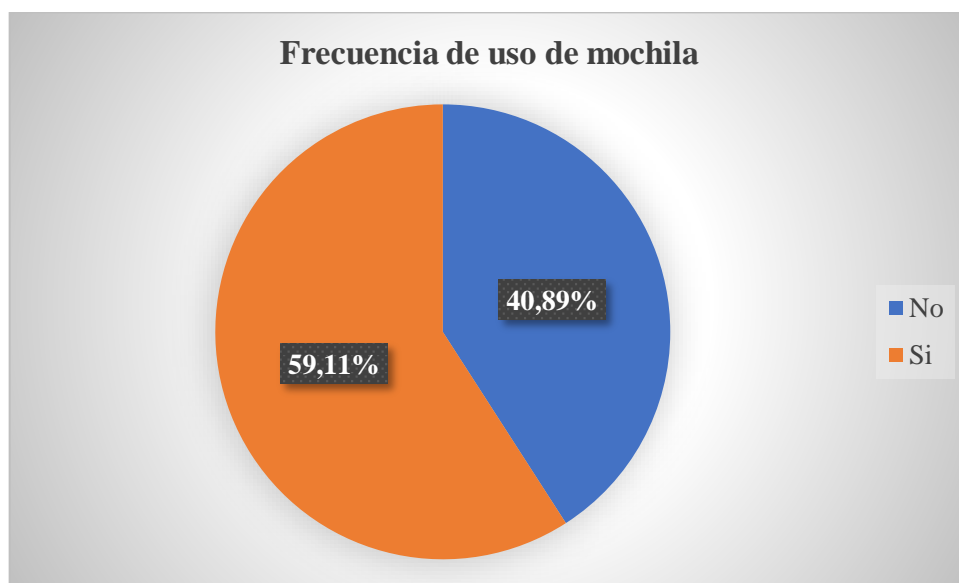
En la siguiente sección se presentará los resultados obtenidos en las encuestas levantadas a los ciudadanos del cantón Alausí. En base a lo expuesto se obtuvo los siguientes resultados:

1. ¿Usa usted mochilas?

**Tabla 1-2:** Uso frecuente de mochila

Genero	Frecuencia	Porcentaje
No	156	40,89%
Si	226	59,11%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: Urgiles,D, 2021



**Gráfico 1-2** Rango de Mochilas

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado Por: Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** Se realizaron las encuestas tanto a hombres y mujeres para conocer los gustos y preferencias de cada uno, lo cual preguntamos si hacen uso de mochilas.

**Análisis:** En el gráfico 1-2 se puede observar que el 40,89% dicen que no mientras que el 59,11% de las personas dicen que sí. Se realizó las encuestas tanto a hombres y mujeres para conocer los gustos y preferencias de cada uno, y tener una mayor aceptación en el mercado.

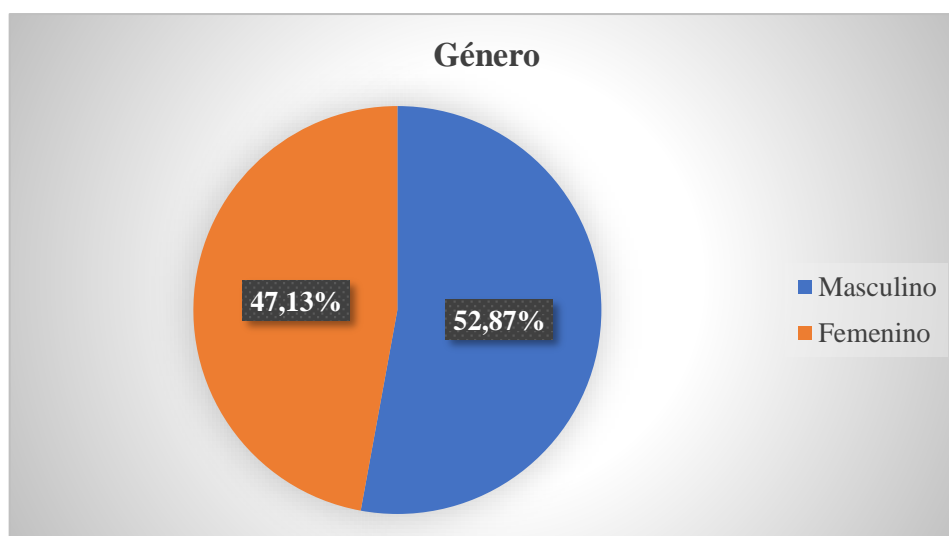
## 2. Género

**Tabla 2-2:** Género de las personas encuestadas.

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	202	52,87%
Femenino	180	47,13%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Urgiles,D, 2021



**Gráfico 2-2:** Pregunta 2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** Según los datos obtenidos se puede concluir que la mayor cantidad de personas encuestadas son hombres, esto se hace con el fin de conocer los gustos y preferencias de cada uno, y tener una mayor aceptación en el mercado.

**Análisis:** En el gráfico 2-2 se puede observar que el 52,87% de las personas pertenece al género masculino y el 47,13% pertenece al género femenino. Se realizó las encuestas tanto a hombres y mujeres para conocer los gustos y preferencias de cada uno, y tener una mayor aceptación en el mercado.

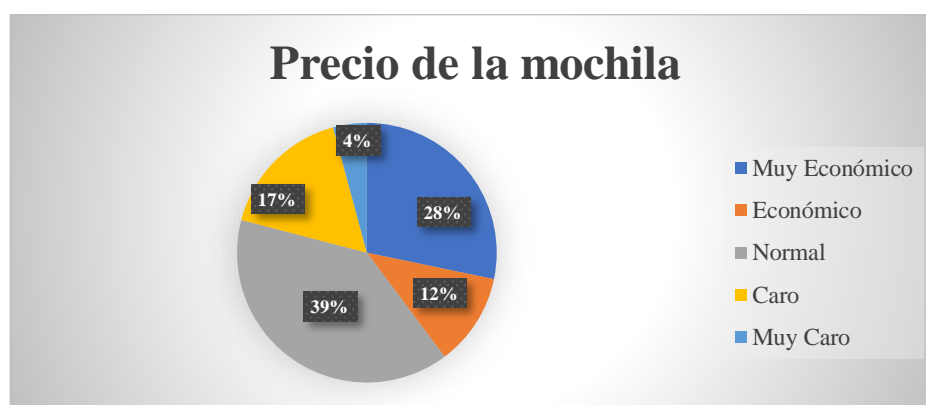
### 3. ¿Qué le parece el precio de la mochila actualmente?

**Tabla 3-2:** Criterio acerca del precio de la mochila actualmente.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy Económico	108	28%
Económico	44	12%
Normal	150	39%
Caro	64	17%
Muy Caro	16	4%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población

**Elaborado Por:** Urgiles D. (2021)



**Gráfico 3-2:** Pregunta 3

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado Por:** Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** se determinó que el un 39% de la población encuestada, se percata que el precio de las mochilas está normal, y solo el 28% se percata que el precio de la mochila está muy económico o, tenemos un 17% de las personas encuestadas que nos dice que el precio de la mochila esta caro, el 12% nos dice que el precio se encuentra económico y un pequeño porcentaje del 4% nos dice que es esta muy caro estos resultados son de gran importancia porque nos permitirá saber y analizar el precio de la mochila para lanzar al mercado.

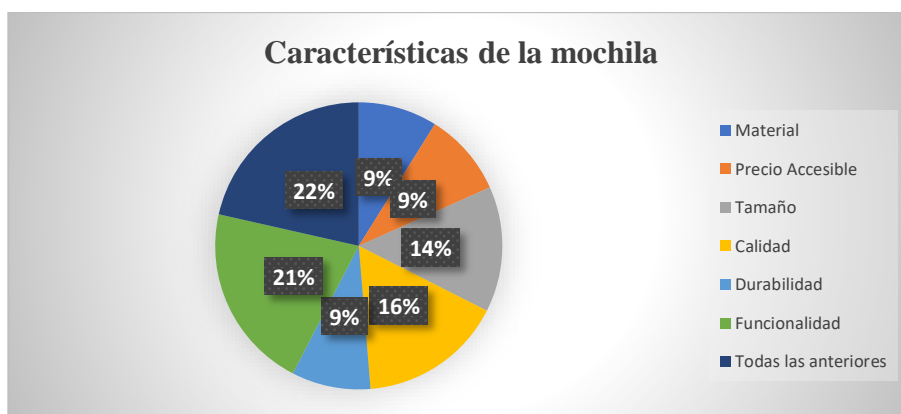
**Análisis:** A través de esta pregunta se puede concluir que la mayoría de la población Alauseña se ve el precio de la mochila como normal.

4. ¿Cuál es la característica más importante para usted a la hora de comprar una mochila?

**Tabla 4-2:** Característica más importante para usted a la hora de comprar una mochila.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Material	34	9%
Precio Accesible	36	9%
Tamaño	54	14%
Calidad	62	16%
Durabilidad	34	9%
Funcionalidad	80	21%
Todas las anteriores	82	22%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Urgiles D. (2021)



**Gráfico 4-2:** Preguntas 2

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Urgiles D. (2021).

**Interpretación** Las personas se inclinan por ver todas las características al momento de seleccionar una mochila, se encuentra con un 22% de preferencia, también está la calidad con un 16% y la durabilidad de un 9%, existen un 9% de personas que han elegido el material como característica primordial, un 9% eligió un precio accesible, un 14% el tamaño y un 21% eligió la funcionalidad, esto nos permitirá hacer un mejor énfasis en las características que debe tener una mochila, y procurar brindar un buen producto.

**Análisis:** Nos podemos dar cuenta que las características con mayor porcentaje elegida son todas las anteriores lo cual serán tomados muy en cuenta al momento de ofertarse, ya que la mayoría se

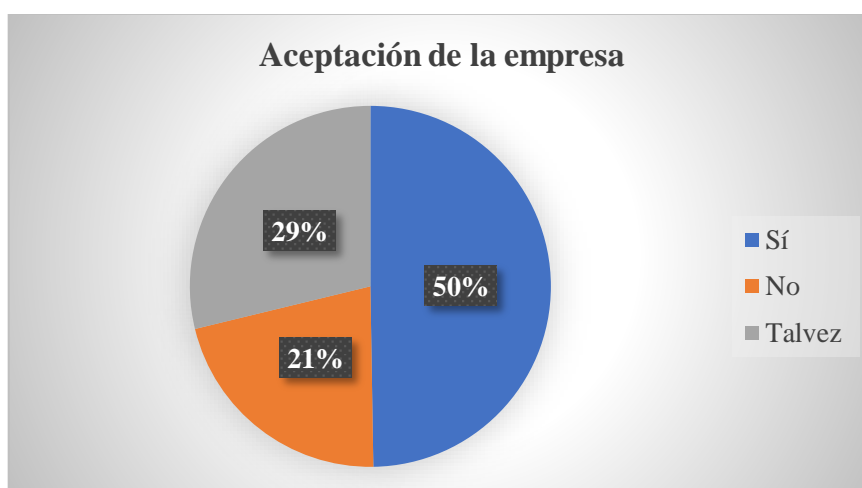
fija todas las características no solamente ciertas funciones, esto nos ayudará al momento de ofertar las mochilas, pero sin olvidarse de los demás productos que con una buena publicidad se podrá promocionar para subir el consumo y obtener una buena rentabilidad.

##### 5. ¿Está usted de acuerdo con una empresa de mochilas en el cantón?

**Tabla 5-2:** Aprobación de la ciudadanía a que exista una empresa de mochilas en el cantón.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	190	50%
No	82	21%
Talvez	110	29%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a la Población  
**Elaborado Por:** Urgiles D. (2021)



**Gráfico 5-2:** Pregunta 5

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado Por:** Urgiles D. (2021).

**Interpretación:** Un porcentaje del 50% están de acuerdo con que exista una empresa elaboradora y distribuidora de mochilas en el cantón, mientras que un 21% no está a favor y por último el 29% está ni a favor ni en contra.

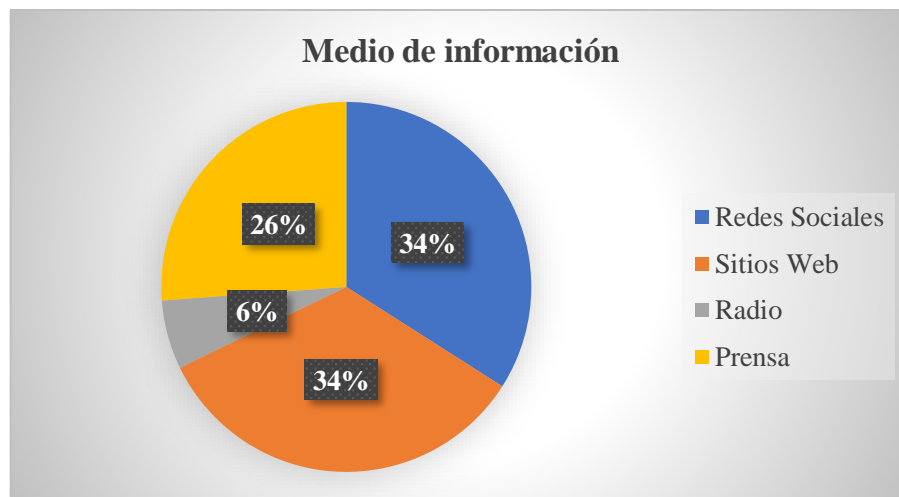
**Análisis:** Como podemos darnos cuenta la mayoría de la población está de acuerdo con que exista una empresa elaboradora y distribuidora de mochilas.

**6. ¿Por qué medio le gustaría informarse de la venta de mochilas de confecciones chelo?**

**Tabla 6-2:** Medio de preferencia para informarse de los productos de confecciones chelo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	130	34%
Sitios Web	129	34%
Radio	23	6%
Prensa	100	26%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población  
Elaborado Por: Urgiles D. (2021)



**Gráfico 6-2:** Preguntado 6  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado Por: Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** Se determinó que el 34% de la población Alauseña prefiere obtener información por redes sociales y también por medio de sitios web, es por ello que se realizará una página web mediante las redes sociales, solo el 6 % que es un porcentaje bajo que prefiere obtener información por la radio.

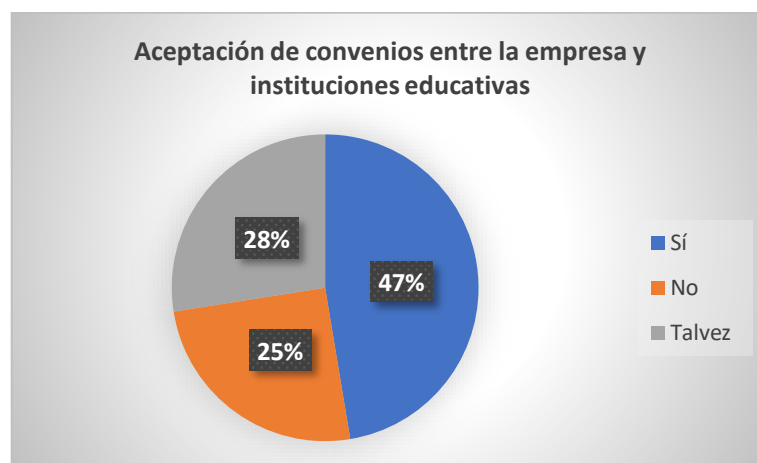
**Análisis:** A través de esta pregunta se puede concluir que la mayoría de la población Alauseña prefiere obtener información mediante redes sociales y un sitio web, ya que es el medio más usado por la población.

7. ¿Está usted de acuerdo con que los colegios y escuelas tengan convenio con esta empresa?

**Tabla 7-2:** Aceptación de que exista un convenio de las unidades educativas con la empresa.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	181	47%
No	96	25%
Talvez	105	28%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado Por: Urgiles D. (2021)



**Gráfico 7-2:** Pregunta 7  
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado Por: Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** Un porcentaje del 47% están de acuerdo con que exista una empresa elaboradora y distribidora de mochilas en el cantón, mientras que un 25% no está a favor y por último el 28% está ni a favor ni en contra

**Análisis:** Como podemos darnos cuenta la mayoría de la población está de acuerdo con que exista una empresa elaboradora y distribidora de mochilas.



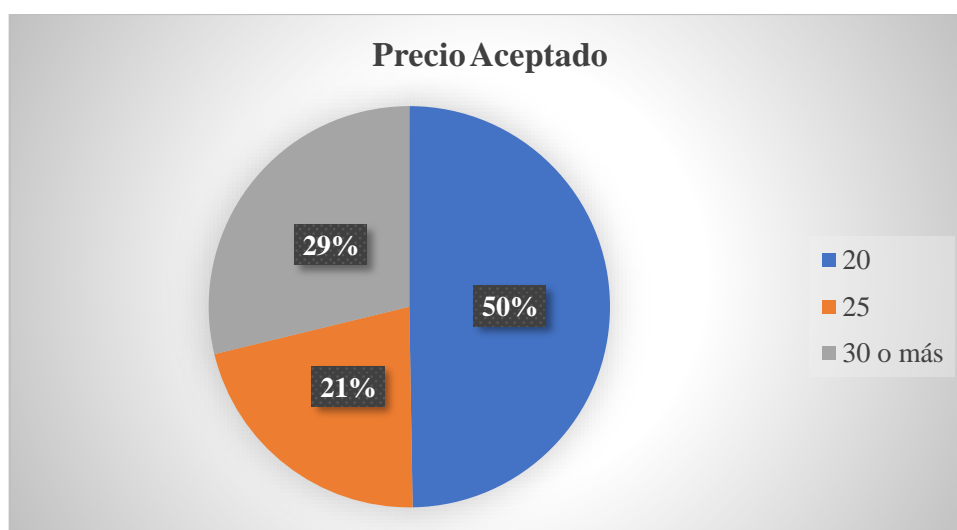
## 8. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por mochila?

**Tabla 8-2:** Precio de preferencia a pagar de una mochila.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
20	190	50%
25	82	21%
30 o más	110	29%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población

Elaborado Por: Urgiles D. (2021)



**Gráfico 8-2:** Pregunta 8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** Las personas se inclinan por el precio de \$20 lo cual existe un 50% de preferencia, existe un 21% de personas que eligieron el precio de \$25 y un 29%, de personas que han elegido un precio de \$30 o más.

**Análisis:** Nos podemos dar cuenta que las el mayor porcentaje es de persona que eligen el precio de \$10 lo cual serán tomados muy en cuenta al momento de ofertarse, sin olvidarse de los demás productos para subir el consumo y obtener una buena rentabilidad.

9. ¿Cuál es la marca que usted elige al momento de adquirir una mochila?

Tabla 9-2: Marca de mochila preferida

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Aokin	48	13%
Totto	190	50%
Vans	82	21%
Jansport	62	16%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta Aplicada a la Población

Elaborado por: Urgiles, D.2021



Gráfico 9-2: Pregunta 9

Elaborado Por: Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** Las personas se inclinan y prefieren la mochila Totto como marca de preferencia teniendo así un porcentaje del 50%, algunas personas que eligieron la mochila Vans lo cual también tiene una aceptación favorable reflejando 21% en las encuestas, el 16% representa el porcentaje de personas que eligieron la mochila Jansport y por último la mochila menos demandada es de la marca Aokin con un 13%.

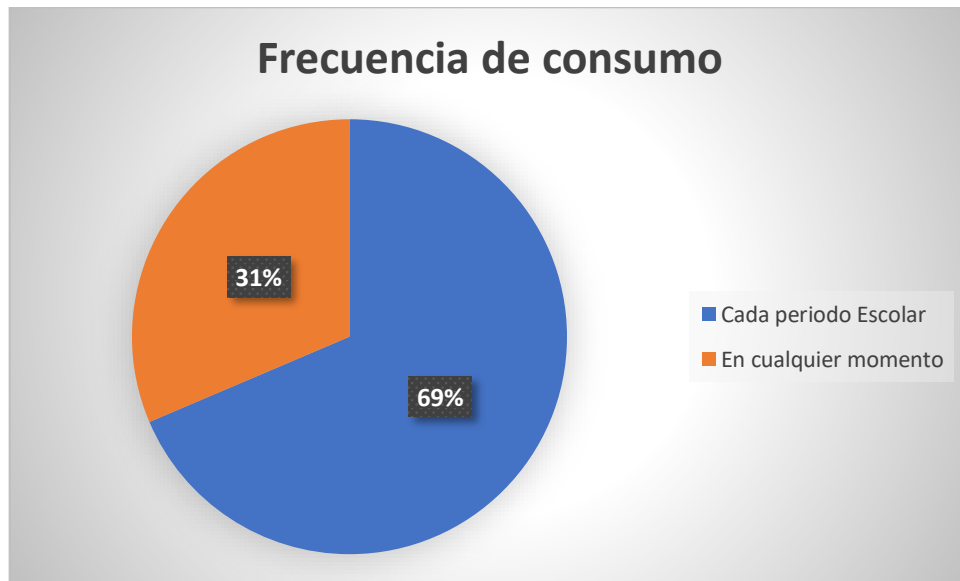
**Análisis:** La marca de mochila elegida y de preferencia es la marca Totto lo cual serán tomados muy en cuenta al momento de ofertarse.

**10. ¿Cada cuánto tiempo adquiere usted nuevas mochilas escolares?**

**Tabla 10-2:** Tiempo de preferencia para comprar una mochila.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cada periodo Escolar	262	69%
En cualquier momento	120	31%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población  
Elaborado Por: Urgiles D. (2021)



**Gráfico 10-2:** Pregunta 10

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado Por: Urgiles D. (2021)

**Interpretación:** Las personas prefieren cambiar de mochila o adquirir una nueva cada periodo escolar, en las encuestas refleja un 69% de aceptación, solo el 31% prefiere comprar la mochila en cualquier momento.

**Análisis:** En cada periodo escolar debemos adquirir una buena cantidad de mochilas, ya que es el tiempo preferido para adquirir una mochila.

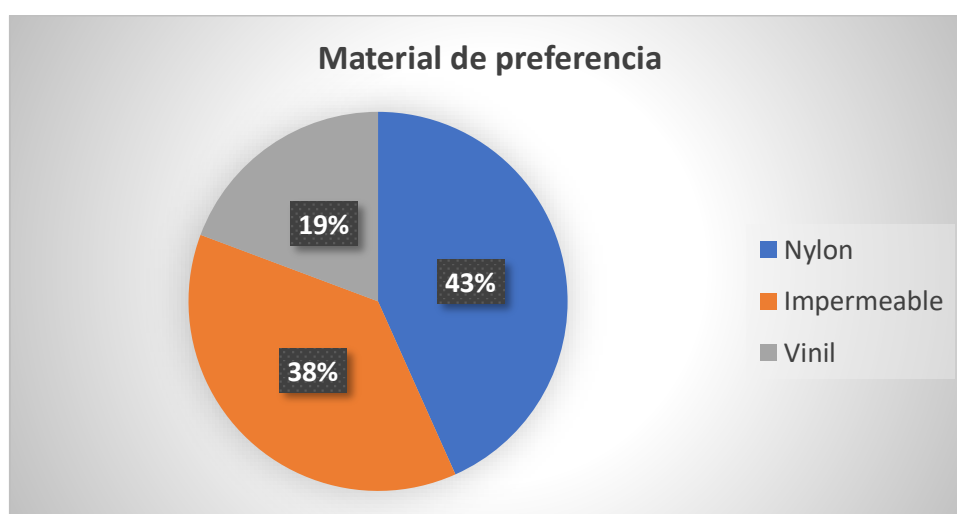
## 11. ¿Tipo de material de preferencia para una mochila?

**Tabla 11-2:** Tipo de material de preferencia para una mochila

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nylon	220	43%
Impermeable	190	38%
Vinil	98	19%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a la Población

Elaborado Por: Urgiles D. (2021)



**Gráfico 11-2:** Material de preferencia

Fuente: Encuestas aplicadas a la población

Elaborado por: Urgiles, D.2021

**Interpretación** Las personas se inclinan y prefieren una mochila de material Nylon con un 43%, también como segundo lugar tenemos a 190 personas que eligen como preferencia la tela impermeable con un porcentaje del 38%, y el último lugar con un 19% está la tela vinil.

**Análisis:** El material con más demanda para la elaboración de una mochila es de lona, lo cual serán tomados muy en cuenta al momento de ofertarse.

### 2.8. Discusión de Resultados

Al realizar la tabulación de las encuestas se tiene que: en la encuesta dirigida a la ciudadanía, en lo referente a la pregunta No. 5, el 50% manifiesta que si está de acuerdo con que exista una empresa elaboradora y distribuidora de mochilas en el cantón ya que se podría realizar convenios con escuelas públicas y sobre todo privadas ya que por lo general usan un mismo modelo de mochila, esta aceptación podemos ver en la pregunta No. 7, el 47% de los encuestados, manifiesta

que están de acuerdo con que confecciones chelo tenga un convenio con las unidades educativas, muy importante también pudimos ver el precio que está dispuesta la ciudadanía a pagar por una mochila y en la pregunta No. 8 el 50% considera que podría pagar unos \$20. Las encuestas se realizaron tanto virtualmente como de forma personal, a las familias del sector ya que no se logró reunir las encuestas solicitadas mediante los links compartidos, es por ello que entrevisto de manera personal y virtual los días domingo y entre semana, el cual existen 4 habitantes por familia el cual 2 son estudiantes, esta metodología lo aplicamos para poder así también recolectar información extra a las encuestas realizadas, gracias a esto se pudo reunir las 382 encuestas.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO PROPOSITIVO**

#### **3.1. Título de la propuesta**

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de mochilas “Confecciones Chelo” en el cantón Alausí.

#### **3.2. Objetivo de la propuesta**

El objetivo de la propuesta es la creación de una empresa elaboradora y distribuidora de mochilas en el cantón Alausí.

#### **3.3. Antecedentes de Investigación**

Confecciones Chelo, nace de una idea de brindar a la comunidad de Alausí la oportunidad de elaboración de mochilas bajo las especificaciones, gustos e incorporación de decoraciones con enfoque en las necesidades del cliente, de esta manera no solo se desea ofertar un producto sino también brindarle al comprador una experiencia que motive la fidelidad y preferencia en nuestra empresa.

Además, se recalca la calidad del producto con el que se desarrollan las mochilas que es de la más alta calidad proporcionando al cliente una innovadora prenda que se dirija a las exigencias de durabilidad mínima de 1 año. Este es un factor importante ya que permite la definición de un precio módico y justo para los clientes que de igual manera beneficie a la empresa con un margen de rentabilidad que puede adquirir.

#### **3.4. Contenido de la propuesta**

#### **3.5. Estudio de mercado**

El cantón Alausí perteneciente a la provincia de Chimborazo se conoce como uno de los cantones mágicos del Ecuador lo cual cuenta con una gran fuente de ingresos por medio de los turistas.

El presente análisis está enfocado en todas aquellas acciones que ayudan a personas y organizaciones a obtener la información oportuna para la creación de alguna empresa, se determina la presentación del producto, precio, oferta, demanda, cantidad de producción, costos, gastos y las inversiones necesarias.

### **3.5.1. Demanda Actual**

Se busca establecer la demanda actual determinando la frecuencia de consumo, así como como definiendo los gustos y preferencias de los consumidores, esta información permitirá enfocarse en la satisfacción de los posibles clientes.

### **3.5.2. Análisis de la demanda en el cantón Alausí**

$$QA = n * Cpc \text{ Donde:}$$

- Q= Demanda actual
- n= Población o mercado meta
- Cpc = Consumo per cápita.

Para la determinación de la demanda actual es necesario calcular la población o mercado objetivo y el consumo per cápita, para lo cual nos apoyaremos en los resultados de las encuestas realizadas a la población de Alausí.

### **3.5.3. Cálculo del de la población o mercado objetivo (n)**

### **3.5.4. Cálculo del consumo per cápita**

Para este cálculo nos apoyamos en la pregunta 9 de la encuesta, ¿Cada cuánto tiempo adquiere usted nuevas mochilas escolares? En la que manifiesta que el 69% de las personas encuestadas adquieren mochilas cada periodo escolar.

Donde: El consumo per cápita está estimado en 2 mochilas al año.

### 3.5.5. Cálculo de la población mercado objeto

Para este cálculo nos apoyamos en la pregunta 1 de la encuesta; ¿Usa usted mochila?, en la que se manifiesta que el 59,11% de los encuestados que usan mochila.

De donde:

$$n = (11022 \text{ hogares}) * (59,11\%) = n=6515 \text{ hogares (mercado meta).}$$

### 3.5.6. Cálculo de la demanda actual

**Tabla 1-3:** Proyección de la demanda para los siguientes 5 años

Año	Población (2.8% Tasa Anual De Crecimiento)	Número de integrantes por hogar	Número De Familias	Porcentaje De Hogares Consumidores De Mochilas(59,11%)	Población Meta (Familias)	Consumo Per-Cápita (N° de mochilas)	Demanda (N° de mochilas)
2021	44089	4	11022	59,11%	6515	2	13031
2022	45323	4	11331	59,11%	6698	2	13395
2023	47897	4	11974	59,11%	7078	2	14156
2024	52034	4	13009	59,11%	7689	2	15379
2025	56529	4	14132	59,11%	8354	2	16707
2026	64898	4	16225	59,11%	9590	2	19181

**Fuente:** Muestra de la población del cantón Alausí

**Realizado por:** Urgiles, D.2021

### 3.5.7. Análisis de la oferta de las mochilas en el cantón Alausí

Según Vaca y Urbina G (2010), la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Para el análisis del nivel de oferta que existe en el cantón Alausí, se realizó un sondeo de los lugares en donde se comercializa mochilas, en los cuales se consultó que marcas distribuyen y las cantidades que venden con frecuencia.

- **Comercializadoras de mochilas**

Son locales comerciales que se dedican a la compra y venta de mochilas nacionales y extranjeras, se encuentran ubicados en diferentes locales comerciales, mercado y calles del cantón Alausí.



**Tabla 2-3:** Sondeo a los comercializadores de mochilas del cantón

Mochilas	N° de mochilas semanales	N° de Mochilas al mes
Feria Libre	100	400
Locales Comerciales	60	240
<b>TOTAL, OFERTA DE MOCHILAS</b>	<b>160</b>	<b>3280</b>

Fuente: Muestra de la población del cantón Alausí

Realizado por: Urgiles, D.2021

### 3.5.8. *Proyección de la oferta de las mochilas*

Ante la falta de datos históricos locales para realizar la proyección de la oferta de mochilas se la determinara mediante la fórmula del monto a interés compuesto, tomando una tasa del 2% que es en base a la tasa de crecimiento de la oferta.

**Fórmula del monto**  $CC_{nn}=CC_{00}+(11+ii)_{nn}$

**En donde:**

**C<sub>n</sub>** = Consumo del año n

**C<sub>0</sub>** = Consumo del año 0

**i** = Tasa de crecimiento de la oferta en base al crecimiento de las familias (2%).

**n** = Número de años a proyectar.

**Tabla 3-3:** Proyección de la Oferta

Años	Proyección de la oferta
2021	3280
2022	3346
2023	3481
2024	3694
2025	3998
2026	4414

Fuente: Muestra de la población del Cantón Alausí

Realiza por: Urgiles, D.2021

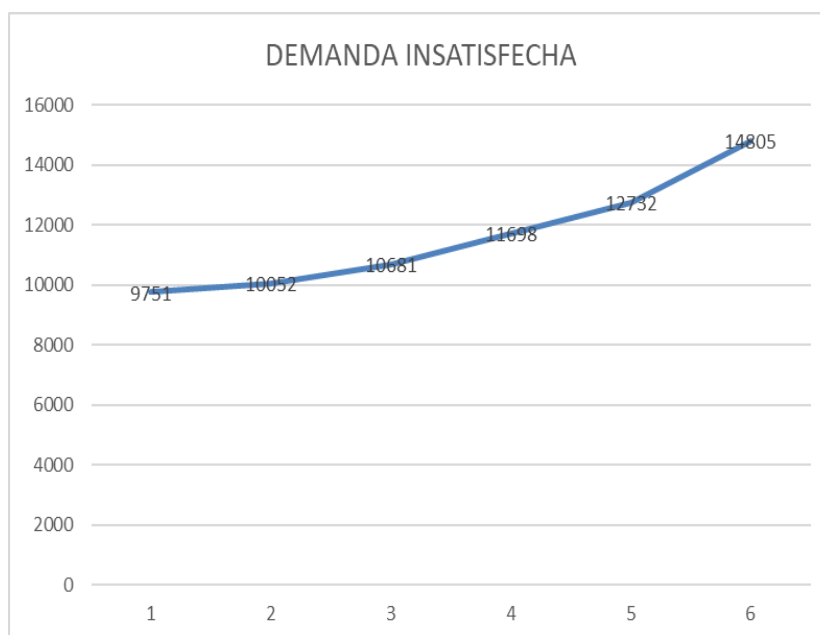
### 3.5.9. *Determinación de la demanda insatisfecha*

La demanda insatisfecha es aquella demanda que no es cubierta por el mercado se la obtiene de la resta de la demanda menos la oferta. A continuación se detalla el cálculo realizado en nuestro estudio.

**Tabla 4-3:** Cálculo de la demanda insatisfecha

Años	Demanda (Kg)	Oferta (Kg)	Insatisfecha (Kg)
2021	13031	3280	9751
2022	13395	3344	10052
2023	14156	3475	10681
2024	15379	3681	11698
2025	16707	3975	12732
2026	19181	4376	14805

Realizado por: Urgiles, D.2021



**Gráfico 1-3:** Cálculo de la demanda insatisfecha

Fuente: Muestra de la población del Cantón Alausí

Realizado por: Urgiles, D.2021

### 3.5.10. Análisis de datos e información de resultados

**Tabla 5-3:** Demanda insatisfecha

Años	Demanda (Kg)	Oferta (Kg)	Insatisfecha (Kg)
2021	13031	3280	9751

2022	13395	3344	10052
2023	14156	3475	10681
2024	15379	3681	11698
2025	16707	3975	12732
2026	19181	4376	14805

**Fuente:** Muestra de la población del Cantón Alausí

**Realizado por:** Urgiles, D.2021

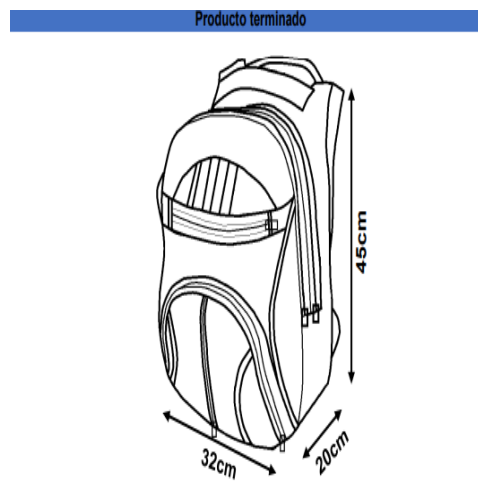
Se observa que la demanda insatisfecha se mantiene en crecimiento a largo de la vida del proyecto, lo que parece indicar a primera vista viabilidad del estudio.

La demanda insatisfecha se determinó mediante el consumo per-cápita por familias del cantón. La demanda insatisfecha estimada para el cantón Alausí es de \$9751 para el primer año, teniendo un crecimiento para el año 2026 de \$14805.

### 3.5.11. Plan de comercialización

#### 3.5.11.1. Producto

Se puede definir al producto como aquello de la organización o empresa produce con el objetivo de ofrecerlo al mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores.



**Figura 1-3:** Producto Terminado

**Realizado por:** Urgiles, D.2021



**Figura 2-3:** Presentación de la mochila a vender

Realizado por: Urgiles, D.2021



**Figura 3-3:** Etiqueta de la mochila

Realizado por: Urgiles, D.2021

#### 3.5.11.2. *Precio*

El precio se establecerá en función de los resultados reflejados en la cuesta mediante las preguntas 7 y 8 que nos refleja una relación de la marca y el precio que pagan los consumidores por las mochilas.

**Tabla 6-3: Precio**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20	190	50%
25	82	21%
30 o más	110	29%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Urgiles, D.2021

**Tabla 7-3: Marca preferida**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Aokin	48	13%
Totto	190	50%
Vans	82	21%
Jansport	62	16%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Urgiles,D.2021

Se observa que la marca Tutto el precio más bajo por una mochila es de \$20 teniendo un 50% de aceptación de parte del público y también la marca de baja aceptación en la otra tabla es Jansport por lo que su venta al público sería de \$20 y la marca Tutto tendría un precio de aceptación de 20% por lo mínimo, se enfatiza en estas mochilas ya que será necesario para calcular el porcentaje de cobertura.

### 3.5.11.3. Promoción

La promoción es de suma importancia ya que por medio de este se puede dar a conocer al consumidor sobre el producto a ofrecer.

Confecciones Chelo planea poner en marcha su plan de comunicación mediante las siguientes redes sociales y sitio web.



**CONFECCIONES CHELO**



**CONFECCIONES CHELO**



**CONFECCIONES CHELO**



**CONFECCIONES CHELO**

**Figura 3-3:** Redes Sociales

Realizado por: Urgiles,D.2021

3.5.11.4. *Medios de publicidad*

El producto se va a publicar en redes sociales ya que de esta manera es posible llegar a las personas.

**Tabla 7-3:** Medios de Publicidad

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Redes Sociales	130	34%
Sitios Web	129	34%
Radio	23	6%
Prensa	100	26%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Urgiles,D.2021

3.5.11.5. *Relación con los clientes*

Los medios de comunicación permiten que exista una relación casi directa con los clientes. Principalmente hay tres aspectos importantes en esa relación con los compradores:

- Captar nuevos clientes
- Fidelizar a los clientes
- Estimular la venta

### 3.5.11.6. *Canales de distribución*

Un canal de distribución tiene las siguientes funciones: Transaccionales, logísticas, facilitadoras, las mismas que permiten que el producto llegue a de forma óptima al consumidor final.

**Tabla 8.3:** Funciones del canal de distribución

Función	Descripción
Funciones transaccionales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contacto y promoción: contacto con clientes potenciales, promoción de pedidos y solicitud de pedidos.</li> <li>2. Negociación: determinar cuántos artículos o servicios se deben vender y comprar, tipo de transporte que se usara, fecha de entrega y métodos, así como el momento de pago.</li> <li>3. Asumir riesgos: asume el riesgo de ser propietario del inventario.</li> </ol>
Funciones logísticas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Distribución física: transporte y almacenaje de artículos para vencer las discrepancias temporales y especiales.</li> <li>2. Arreglo: resolver discrepancias de cantidad y surtido mediante:</li> <li>3. Clasificación: dividir un suministro heterogéneo en existencias homogéneas en forma separada.</li> <li>4. Integración: combinar existencias en un mayor suministro homogéneo.</li> <li>5. Asignación: desarticular un suministro homogéneo en lotes más pequeños (división de carga)</li> <li>6. Surtido: combinar productos en colecciones o surtidos que los compradores desean que estén disponibles en un solo lugar.</li> </ol>
Funciones de facilitación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación: reunir información acerca de los otros integrantes del canal y los consumidores.</li> <li>2. Financiamiento: extensión de crédito y otros servicios financieros para facilitar el flujo de los artículos a través del canal hasta el consumidor final.</li> </ol>

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Urgiles,D.2021

## 3.6. Estudio Técnico

### 3.6.1. *Determinación del tamaño del proyecto*

“Su finalidad es determinar el desarrollo y comercialización de un bien o servicio, garantizando su calidad y cantidad, estableciendo la localización, tamaño y las instalaciones que necesitan para ejecutar su negocio” (Romero, 2018)

El estudio técnico tiene como objetivo principal determinar los procesos operativos que se llevarán a cabo para elaborar un producto u ofrecer un servicio tomando en cuenta los recursos y su ubicación.

### 3.6.1.1. *Objetivos del estudio técnico*

- Determinar el tamaño óptimo de la organización
- Analizar y especificar la localización del proyecto.
- Determinar los recursos necesarios humanos, materiales y financieros para el funcionamiento del proyecto.

### 3.6.2. **Localización del proyecto**

#### 3.6.2.1. *Macro localización*

Para este punto se tomará en cuenta a Ecuador como país, región Sierra, Provincia de Chimborazo, Cantón Alausí, la empresa se encontrará ubicada de acuerdo, como se evidencia a continuación:



**Figura 4-3:** Macro localización

Fuente: Tomado de Abbas y Reza (2018)



### 3.7. Micro localización

La micro localización permite determinar el lugar preciso dentro de la macro localización, en donde se establecerá la ubicación final del proyecto, este lugar deberá ser adecuado posteriormente según las necesidades operativas para la oferta de los productos y servicios.

Se presenta la ubicación a nivel micro de la empresa que se encuentra ubicada en el Cantón Alausí, en el barrio la avenida 5 de Junio como se presenta a continuación:



**Figura 5-3:** Cantón Alausí

Fuente: Google Maps

#### 3.7.1. Factores que influyen en la micro localización

Para realizar la ubicación de la empresa se dividió el cantón en 2 partes:

Zona Norte: Calle Larga-Parque 13 de noviembre

Zona Centro: Mercado Central-Avenida 5 de junio

Zona Sur: Plaza Jesús Camañero

Se ha seleccionado factores como materia prima, disponibilidad de medios de transporte, mercados, servicios básicos, mano de obra, leyes y facilidad para instalar la empresa.

**Tabla 9-3:** Ponderación para ubicar la empresa

Factores de localización	% Importancia	Zona Norte		Zona Central		Zona Sur	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
Materia prima	25%	10	2,5	10	2,5	10	2,5
Mercados	20%	5	1	10	2	7	1,4
Servicios básicos	5%	5	0,25	2	0,1	5	0,25
Mano de obra	30%	10	3	10	3	10	3
Leyes	15%	5	0,75	10	1,5	5	0,75
Facilidad para instalar la planta	5%	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Total	100%		7,75		9,35		8,15

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Urgiles,D.2021

La empresa quedará ubicada en la Zona central que es la Avenida 5 de junio-Mercado Central.

### 3.7.2. Ingeniería del Proyecto

#### 3.7.2.1. Diseño del producto.

Para el diseño del producto se determinó las partes que componen una mochila, las especificaciones técnicas de la tela para su elaboración y las características que valora el cliente, obtenidas en el estudio de campo.

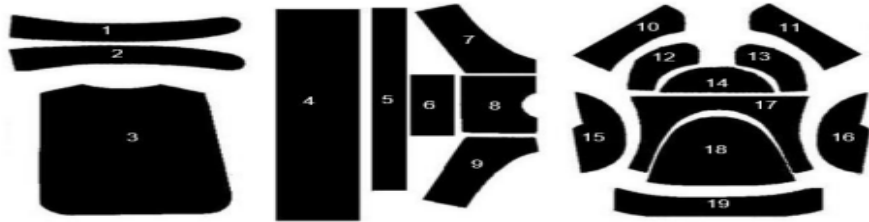
#### 3.7.2.2. Características de la mochila que valora el cliente

En la pregunta N°4 el cual ¿Cuál es la característica más importante para usted a la hora de comprar una mochila?, tenemos un 16% de aceptación por la calidad del producto es por eso que detallamos a continuación las características de las mochilas a ofertarse.

#### 3.7.2.3. Partes que componen una mochila

En la siguiente tabla se detalla al material que se utilizará para elaborar la mochila, según la pregunta N° 4 la cual detalla que las personas encuestadas se fijan en la calidad del producto al momento de comprar, también en la pregunta N°11 hace referencia a la tela preferida la cual a continuación se especifica las partes en la tela, dimensiones, componentes de cada parte.

**Tabla 10-3:** Partes de la tela que compone una mochila



Código	Nombre	Dimensiones	Componentes
<b>Parte Posterior</b>			
1	Cargadera izquierda	39cm x 8cm	Esponja Malla Hebilla de punta Reata B10
2	Cargadera derecha	39cm x 8cm	
3	Espaldar	45cm x 30cm	Esponja Malla Forro
<b>Parte Intermedia</b>			
4	Mache de cuerpo	68cm x 15 cm	Esponja Forro Reata B10
5	Filo de cierre cuerpo	59cm x 8cm	Forro Cierre N° 10 Llave N° 10
6	Manilla	18cm x 6cm	Esponja Malla
7	Cierre de cuerpo izquierdo	26cm x 12cm	Forro Reata 1048
8	Cierre de cuerpo central	16cm x 12cm	
9	Cierre de cuerpo derecho	26cm x 12cm	
<b>Parte frontal</b>			
10	Sello izquierdo	22cm x 8cm	Forro Cierre N° 5 Llave N° 5 Reata 1048
11	Sello derecho	22cm x 8cm	
12	Mache izquierdo bolsillo N°3	18cm x 7cm	Forro
13	Mache derecho bolsillo N°3	18cm x 7cm	
14	Bolsillo N° 3	18cm x 8cm	Forro Cierre N° 10 Llave N° 10
15	Mache izquierdo bolsillo N° 1	27cm x 9cm	Forro Piola Bucle Reata B10 Malla
16	Mache derecho bolsillo N° 1	27cm x 9cm	
17	Mache bolsillo N° 2	29cm x 24cm	Forro Cierre N° 10 Llave N° 10
18	Bolsillo N° 2	29cm x 24cm	Forro Piola
19	Asiento bolsillo N°2	33cm x 7cm	Forro

**Fuente:** Investigación de campo

**Realizado por:** Urgiles,D.2021

#### 3.7.2.4. Especificaciones Técnicas de la Tela

En la pregunta N° 11 hace referencia a el tipo de material preferido por los consumidores, el cuál el 43% eligió la tela nylon y la tela impermeable un porcentaje del 38%. Es por eso que se detalla a continuación las características de cada una de estas telas.

**Tabla 11-3:** Especificaciones Técnicas de la tela Nylon

<b>Categoría</b>	Nylon DuPont
<b>Composición</b>	100% Nylon
<b>Terminación</b>	Polímero de alta densidad con una lámina de PVC
<b>Ancho útil</b>	1,40m
<b>Peso</b>	120 g/m <sup>2</sup>
<b>Impermeabilidad</b>	>= 3000mm columnas de agua
<b>Resistencia</b>	Absorción, desgarro, rotura, tracción, punción y corte de alto impacto, admite bordado y serigrafía.
<b>Disponibilidad</b>	Varios Colores

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Urgiles,D.

**Tabla 12-3:** Especificaciones Técnicas de la tela impermeable

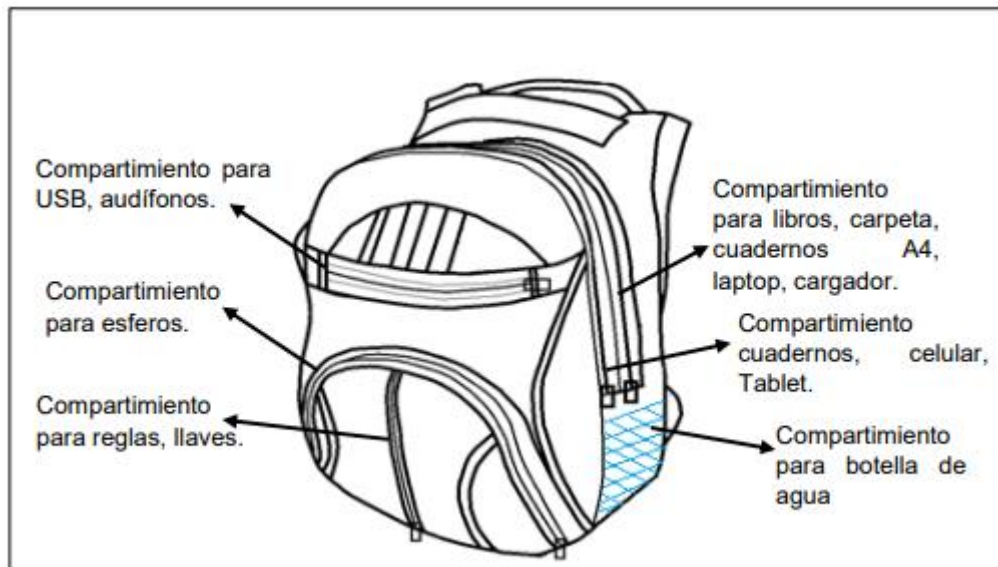
<b>Categoría</b>	Lona impermeable
<b>Composición</b>	Algodón
<b>Terminación</b>	Polietileno de alta densidad más lamina de polietileno de baja densidad.
<b>Ancho útil</b>	1,40m
<b>Peso</b>	275 g/m <sup>2</sup>
<b>Impermeabilidad</b>	>= 3.000mm columnas de agua
<b>Resistencia</b>	Desgarro, presión, absorción, desgarro, rotura, admite bordado y serigrafía.
<b>Disponibilidad</b>	Varios Colores

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Urgiles,D.

### 3.7.2.5. Comportamientos externos

“Se debe hacer una mochila que tenga varios bolsillos individuales en lugar de un gran compartimento. Esto ayuda a distribuir el peso de manera uniforme.”



**Figura 6-3:** Distribución de la mochila

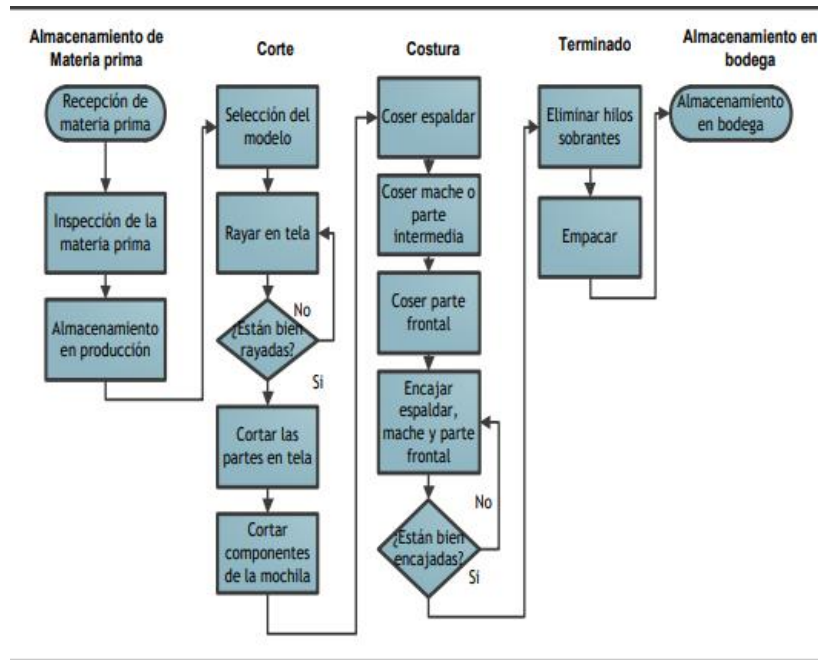
**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Urgiles,D.

### 3.7.2.6. Procesos de producción

Descripción del proceso:

1. **Recepción de materia prima.** - Es el proceso de almacenar la materia prima en el área de producción y revisar la calidad de los materiales.
2. **Corte.** - Consiste en seleccionar el modelo de la mochila a fabricar, se raya y corta el molde en tela con el fin de obtener todas las partes que componen la mochila.
3. **Costura.** - Este proceso se inicia con las partes cortadas, se comienza cosiendo el espaldar de la mochila, luego se procede a la costura del mache o parte intermedia y por último la parte frontal, se encaja el espaldar, mache y parte frontal.
4. **Terminado.** - Permite visualizar la mochila terminada y eliminar imperfecciones en hilo o tela.
5. **Almacenamiento de producto terminado.** - El producto terminado es almacenado en bodega para su venta.



**Figura 7-3:** Diagrama General del proceso de producción


Fuente: Investigación de campo




Elaborado por: Urgiles,D.

Se realizó la representación gráfica de los procesos de producción para fabricar la mochila, dónde se observa de forma global y esquemática el proceso de producción.

### 3.7.2.7. Maquinaria necesaria

**Tabla 13-3:** Maquinaria

Maquinaria	Número	Características	Precios
Maquina Sontex 	2	Cortadora de tela cuchilla recta. Tamaño de corte de 8 pulgadas. Sistema de afiliación automática. Utiliza cuchillas con recubrimiento de teflón. Lubricación automática. Velocidad 3000 R/min. Voltaje 110 V.	\$1200

<p>Máquina de coser Sunstar</p> 	2	<p>modelo: km 250b</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• para materiales pesados</li> <li>• velocidad 4500 ppm</li> <li>• ideal para mochilas, maletines, carteras, jean, ropa de trabajo, etc.</li> <li>• puntada 7</li> <li>• lubricación automática, motor ¾ hp</li> <li>• más mueble y accesorios completos</li> </ul>	\$1500
<p>Máquina recta</p> 	3	<p>Práctica para el estampe las mochilas</p>	\$600
<p>Máquina Estampadora</p> 	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso manual</li> <li>• Temperaturas perfectas de acuerdo a la tela de uso</li> </ul>	\$2000

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

### 3.7.2.8. Cursograma del proceso de producción de la mochila

Cursograma del proceso de producción de la mochila Se realizó la representación gráfica de los procedimientos para fabricar la mochila, donde se observa de forma global y esquemática el

proceso de producción. El proceso se mantiene para los tres tipos de mochilas, la variación se produce al cambiar de modelo, esto hace que se incremente el número de partes que componen la mochila.

### 3.7.2.9. Requerimientos de materiales y equipo

**Tabla 14-3:** Números de maquinaria y equipo

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Máquina Sontex	2	\$1.200,00	\$2.400,00
Máquina coser Sunstar	2	\$1.500,00	\$3.000,00
Máquina recta	3	\$600,00	\$1.800,00
Máquina estampadora	1	\$2.000,00	\$2.000,00
<b>Total</b>			<b>\$9.200,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Urgiles D.2021

Las maquinas se conseguirán mediante un proveedor directo que se encuentra en la ciudad de Quito.

### 3.7.2.10. Equipo de computo

**Tabla 15-3:** Equipo de computo

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadoras portátiles	4	\$900,00	\$3.600,00
<b>Total</b>			<b>\$3.600,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Urgiles,D.2021

Se pretende obtener 4 computadoras para cada área debido a que son necesarias para desempeñar las actividades laborales.



3.7.2.11. *Requerimiento de oficina*

**Tabla 16-3:** Requerimiento de oficina

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Impresora	1	\$200,00	\$200,00
Teléfono	2	\$30,00	\$60,00
<b>Total</b>			<b>\$260,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Urgiles,D.2021

Se pretende conseguir una impresora y 2 teléfonos para el área administrativo y de producción.

3.7.2.12. *Requerimiento de muebles y enseres*

**Tabla 17-3:** Muebles y Enseres

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Mesa de trabajo	6	\$65,00	\$390,00
Anaqueles de bodega	3	\$100,00	\$300,00
Perchas	3	\$80,00	\$240,00
Sillas	5	\$100,00	\$500,00
Repisas	3	\$30,00	\$90,00
<b>Total</b>			<b>\$1.520,00</b>

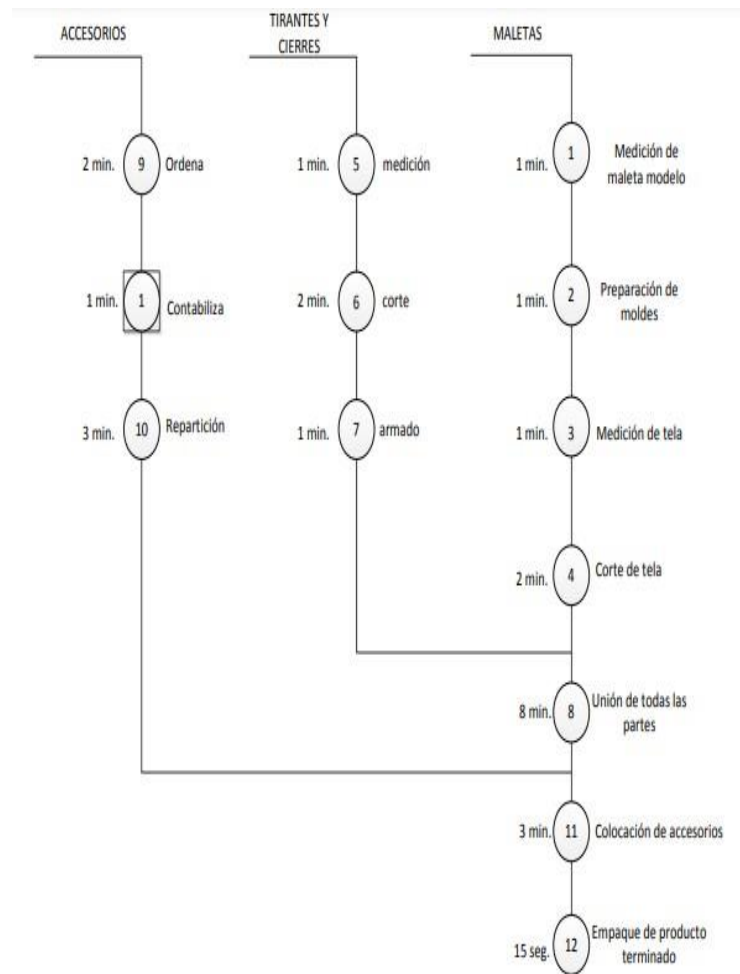
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Urgiles,D.2021

Estos muebles y enseres serán usados en la empresa en las 5 áreas.

3.7.2.13. *Organización de las actividades producidas*

Debido a que no existen estudios relacionados en el cantón Alausí se toma como referencia la experiencia adquirida, de esta manera se definió una estructura cronológica de las actividades de producción.

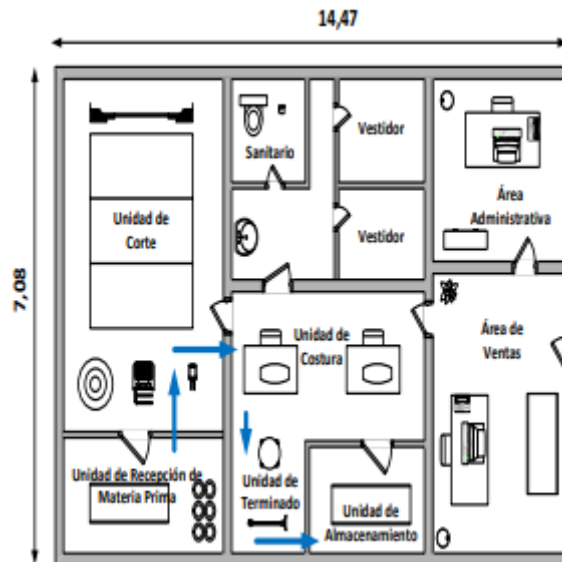


**Figura 8-3:** Flujograma de procesos

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

- **Infraestructura del negocio**

Se presenta la infraestructura del negocio de acuerdo a la siguiente información:



**Figura 9-3:** Infraestructura de la empresa

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

### 3.7.3. Estudio Legal y Administrativo

#### 3.7.3.1. Estudio Legal

En esta sección se determinan los aspectos legales como el tipo de personería jurídica a constituir dependiendo de las necesidades del proyecto familiar teniendo en cuenta la normativa, los requisitos para la constitución de compañías o asociaciones, uso de patentes, leyes tributarias, laborales y sus respectivos reglamentos.

#### Ubicación

**Región:** Sierra

**Provincia:** Chimborazo

**Cantón:** Alausí

**Parroquia:** Matriz

#### 3.7.3.2. Base Legal

- Constitución Legal de la empresa
- Requisitos para una compañía Limitada
- Normativa

- Permisos en la Superintendencia
- Régimen Tributario Interno
- Permisos para el funcionamiento

### **Nombre o Razón Social**

Para el Proyecto se eligió el nombre de “Confecciones Chelo” porque se considera un nombre fácil y práctico que tiene un aspecto y desde ya es utilizado.

El slogan que se maneja es: “La mejor calidad”

El logotipo que se utilizara es:



### **Titularidad de Propiedad de la Empresa**

Se toma la decisión de definir el tipo de compañía, en función de la empresa conviene hacerla como una compañía de responsabilidad limitada. Para lo cual sus miembros son responsables directamente por el monto de sus aportaciones.

El procedimiento para alcanzar la constitución es:

- Escritura Pública de Constitución de la Compañía
- Aprobación en la Super de Compañías
- Depósito de un monto de dinero en una Cuenta Bancaria
- Inscripción en el Registro Mercantil

La empresa “Confecciones chelo” CIA Ltda. Se constituirá legalmente en el año 2022 previo al análisis y aprobación de la Superintendencia de Compañías.

### 3.7.4. Estudio Administrativo

#### 3.7.4.1. Descripción de la empresa

**Tabla 18-3:** Datos de la Organización

<b>Provincia:</b>	Chimborazo
<b>Cantón:</b>	Alausí
<b>No. Ruc</b>	171453615656001
<b>Representante legal:</b>	Marcelo Angel Urgiles Bueno
<b>Obligado a llevar contabilidad:</b>	NO
<b>Actividad económica principal:</b>	Confección de Artículos de cuero
<b>Dirección:</b>	Calle Villalva intersección Pedro de Loza
<b>Teléfono:</b>	0986143400
<b>Email:</b>	marceloangel@coprobich.com

Fuente: Registro Único de Contribuyentes de SRI.

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

El negocio lleva funcionando en el mercado unos 11 años, sus actividades dieron inicio en el año 2010 como “Confecciones Chelo”, desde entonces ha sido controlado y administrado por un solo dueño durante todos estos años de actividad laboral.

El negoció inicio elaborando mochilas, cartucheras, maletines a base de pedidos de los clientes, después de un tiempo de darse a conocer y abrirse en el mercado, comenzó a adquirir mochilas ya elaborados para revenderlas, es así como a parte de crear su propio producto, distribuye maletas Tutto en el mercado Alauseño.

#### *3.7.4.2. Misión*

Contribuir al desarrollo socio económico de los pequeños productores del cantón Alausí Promover nuestros productos con el fin de facilitar a la ciudadanía mediante la producción sustentable, transformación y comercialización de mochilas, dando así trabajo y oportunidad laboral.

#### *3.7.4.3. Visión*

CONFECIONES CHELO dejará de ser un pequeño negocio para llegar a ser una empresa de mochilas líder en el cantón en la elaboración y comercialización de mochilas, bajo estándares internacionales de calidad, con responsabilidad social y ambiental.

#### *3.7.4.4. Valores Institucionales*

- Respeto
- Transparencia
- Equidad
- Solidaridad
- Responsabilidad

#### *3.7.4.5. Objetivos estratégicos*

- Alcanzar el posicionamiento en el mercado de la mejor empresa en confección de mochilas del Cantón Alausí
- Incremento de los ingresos de un 20% al término del primer año
- Minimizar el uso de los recursos al máximo para la optimización de los mismos
- Innovación en cada diseño nuevo de mochila
- Personalización de la decoración de acuerdo a la solicitud del cliente
- Cumplir con los tiempos de entrega

#### *3.7.4.6. Políticas*

Estas serán las políticas que se llevara:

- Brindar productos de calidad.
- Proporcionar estabilidad a los empleados de la empresa.
- Facilitar y proporcionar de cursos de capacitación que permitan fortalecer conocimientos y lasos entre trabajadores.
- Rechazar procedimientos de corrupción que perjudique el bien de la empresa o de los empleados.
- Apoyar con posibles soluciones a las necesidades de la comunidad aledaña, que permita su crecimiento y desarrollo económico.

#### 3.7.4.7. *Reglamento*

Es obligación del personal comunicar a su superior defectos o inconvenientes encontrados en cada una de las áreas de trabajo.

- Los sueldo y salarios deberán ser pagados directamente al trabajador, ya sea esta de manera física o mediante depósitos y transferencias.
- Los permisos y justificaciones deben realizar de forma escrita al administrador.
- Cumplir con los estándares de calidad de la empresa.
- Se labora de lunes a sábado, excepto los feriados correspondientes a la ley vigente.
- El trabajador debe utilizar las herramientas necesarias para precautelar su integridad en su respectiva área de trabajo.

#### 3.7.4.8. *Análisis Foda*

##### **FORTALEZAS**

Experiencia en la elaboración de mochilas  
 Conocimiento del sector  
 Alta calidad  
 Capital Humano capacitado.  
 Acogida del Sector

##### **DEBILIDADES**

##### **OPORTUNIDADES**

Mercado con buenos precios para productos.  
 Turismo del cantón

##### **AMENAZAS**

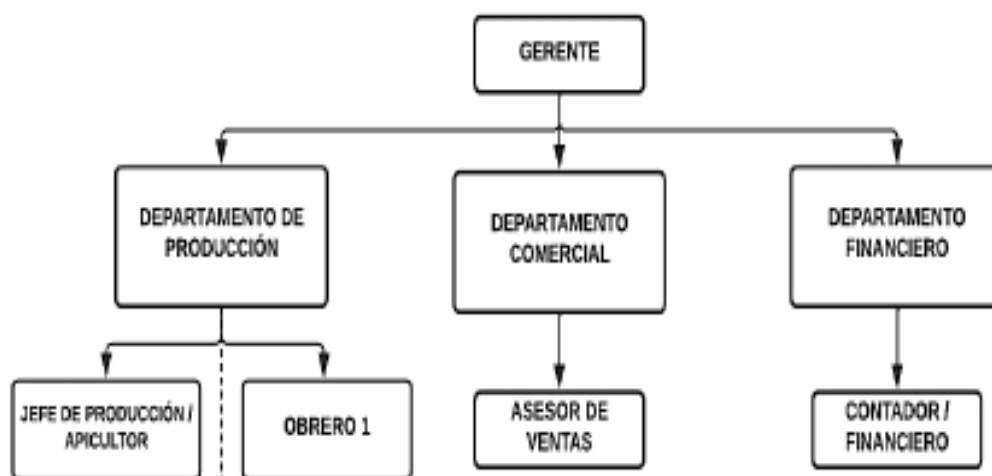
Posibles cristalizaciones del producto.  
Barreras de ingreso establecidas por los competidores.  
Desconocimiento de su variedad de beneficios.

Cambios climáticos o desastres naturales.  
Alta competencia de productos adulterados precios bajos.  
Presencia de pequeños productores  
Vendedores Deambulantes

### 3.7.5. Estudio Organizacional

La estructura administrativa de “Confecciones Chelo” se representa de manera simple, ya que se debe ajustar a los requerimientos de esta, está conformado por 5 colaboradores que son: Gerente, Jefe de Producción/obrero 1, obrero 2, asesor de ventas, contador financiero.

#### 3.7.5.1. Estructura Organizacional

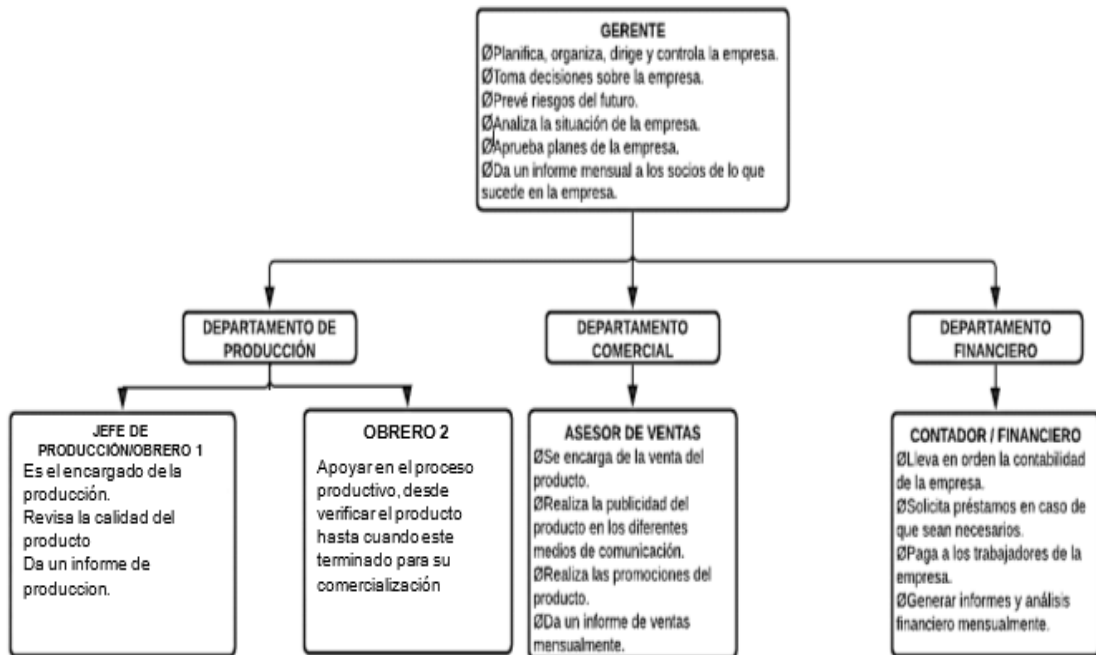


**Figura 10-3:** Estructura Organizacional

Elaborado por: Urgiles, D. 2021



### 3.7.5.2. Organigrama Funcional



**Figura 11-3:** Organigrama funcional

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

### 3.7.5.3. Perfil del Puesto

Se presenta el personal requerido para la elaboración del producto que la empresa oferta al mercado de la siguiente manera:

Tabla 19-3: Personal requerido

Descripción	Número
Gerente	1
Jefe de producción/obrero 1	1
Obrero 2 (Confección)	1
Asesor de ventas (Ventas)	1
Contador Financiero	1

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

**Tabla 20-3:** Diseño del puesto de gerente

<b>DISEÑO DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b> Gerente	
<b>MISIÓN DEL PUESTO</b>	
<p>Planificar, organizar, dirigir y controlar que todas las actividades administrativas y económicas/financieras de la Microempresa, para que se ejecuten con eficiencia y eficacia con el fin optimizar los recursos materiales, financieros, tecnológicos y talento humano. Además será el representante legal de la microempresa y hará cumplir normas, reglamentos y políticas internas.</p>	
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<p>Representante legal de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del Proceso de Planificación, organización, dirección y control de las actividades de la microempresa.</li> <li>• Realiza el análisis, evaluación y proyección económica, financiera y de la producción y comercialización de la Empresa.</li> <li>• Supervisa el uso eficiente, correcto de los recursos de la microempresa con el fin de generar un desarrollo adecuado.</li> <li>• Mantiene los controles y procedimientos adecuados para asegurar el control interno.</li> <li>• Actualiza y mantiene bajo su custodia los inventarios de bienes y valores de la empresa.</li> <li>• Lleva a cabo operaciones bancarias, comerciales y financieras.</li> <li>• Dirige y controla que cumplan los empleados sus funciones, deberes y responsabilidades.</li> <li>• Es responsable de la marcha operativa y administrativa de la microempresa.</li> <li>• Firma autorizada para cheques por cualquier monto.</li> <li>• Autoriza compras o adquisiciones de materia prima.</li> <li>• Realiza llamadas de atención verbal o escrita a cualquier empleado</li> <li>• Autoriza la salida de los de los activos de la empresa.</li> <li>• Autoriza el despido o el cese de actividades de los empleados.</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Instrucción:</b> Título profesional en Administración de Empresas.	<b>Experiencia:</b> 1 año en actividades similares.

<p><b>Capacitación requerida:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estadística y finanzas</li> <li>• Gestión del talento humano <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planes de negocios</li> </ul> </li> <li>• Evaluación de proyectos</li> <li>• Manejo de programas financieros</li> <li>• Paquetes informáticos</li> </ul>	<p><b>Competencias:</b></p> <p>Liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Negociación</li> </ul>
---	---

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

**Tabla 21-3:** Diseño del puesto de jefe de producción

<b>DISEÑO DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b> Jefe de Producción	
<b>MISIÓN DEL PUESTO</b>	
<p>Diseñar y elaborar los moldes de la mochila teniendo en cuenta el modelo y dimensiones del corte en la tela con el objetivo optimizar la eficiencia en la materia prima y apoyar al proceso productivo.</p> <p>Armar y confeccionar mochilas acordes al proceso productivo de la microempresa.</p>	
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el control de calidad de la materia en su fase inicial <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el molde en cartón de las mochilas.</li> </ul> </li> <li>• Revisar la periódicamente la maquinaria de corte</li> <li>• Brindar apoyo a las otras unidades de la microempresa de acuerdo a disposiciones de su jefe inmediato.</li> <li>• Autoriza despacho de material</li> <li>• Receptar el diseño elaborado en la tela e insumos complementarios</li> <li>• Realizar el control de calidad en la materia prima después del proceso de corte.</li> <li>• Verificar la costura de las partes</li> <li>• Cortar los hilos sobrantes de costura y realizar el control de calidad del producto terminado</li> <li>• Empacar y sellar el producto</li> <li>• Apilar las mochilas terminadas en paquetes. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenar en la unidad de producto terminado.</li> </ul> </li> <li>• Revisar periódicamente la maquinaria de costura</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar apoyo a las otras unidades de la microempresa de acuerdo a disposiciones de su jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Instrucción:</b> Ingeniería Industrial	<b>Experiencia:</b> 5 año en actividades similares.
<b>Capacitación requerida:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación con todas las áreas y manejo de personal</li> <li>• Recepción de la materia prima Realizar inventarios de la mercadería y de la materia prima</li> <li>• Realizar pedidos y garantizar el abastecimiento de materia prima</li> <li>• Apoyo en la planificación de la producción</li> </ul>	<b>Competencias:</b> <p>Liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

**Tabla 22-3:** Diseño del puesto de obrero 1

<b>DISEÑO DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b> Obrero 1	
<b>MISIÓN DEL PUESTO</b>	
<p>Diseñar y elaborar los moldes de la mochila teniendo en cuenta el modelo y dimensiones del corte en la tela con el objetivo optimizar la eficiencia en la materia prima y apoyar al proceso productivo.</p> <p>Armar y confeccionar mochilas acorde al proceso productivo de la microempresa.</p>	
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<p>Realizar el control de calidad en la materia prima después del proceso de corte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coser y confeccionar mochilas</li> <li>• Verificar la costura de las partes</li> <li>• Cortar los hilos sobrantes de costura y realizar el control de calidad del producto terminado</li> <li>• Empacar y sellar el producto</li> <li>• Apilar las mochilas terminadas en paquetes.</li> <li>• Almacenar en la unidad de producto terminado.</li> <li>• Revisar periódicamente la maquinaria de costura</li> <li>• Realizar el aseo y limpieza del área de trabajo al final de cada jornada.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar apoyo a las otras unidades de la microempresa de acuerdo a disposiciones de su jefe inmediato.</li> <li>• Manejo de máquinas en línea recta y ribeteadora Elaborar moldes para bolsos y mochilas Corte y costura del producto</li> <li>• Ensamblado Limpieza del producto final Embolsado de productos</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Instrucción:</b> Secundaria Completa	<b>Experiencia:</b> 5 años en confección y costura en bolsos y mochilas
<b>Capacitación requerida:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación con todas las áreas y manejo de personal</li> <li>• Recepción de la materia prima Realizar inventarios de la mercadería y de la materia prima</li> <li>• Realizar pedidos y garantizar el abastecimiento de materia prima</li> <li>• Apoyo en la planificación de la producción</li> </ul>	<b>Competencias:</b> <p>Liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

**Tabla 23-3:** Diseño del puesto asesor de ventas

<b>MISIÓN DEL PUESTO</b>
<b>Nombre del Puesto:</b> Asesor de ventas
<b>MISIÓN DEL PUESTO</b>
<p>Diseñar y elaborar los moldes de la mochila teniendo en cuenta el modelo y dimensiones del corte en la tela con el objetivo optimizar la eficiencia en la materia prima y apoyar al proceso productivo.</p> <p>Armar y confeccionar mochilas acorde al proceso productivo de la microempresa.</p>
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar la gestión comercial y operativa del proceso de venta y post venta Gestionar cartera de clientes</li> <li>• Analizar comportamientos estadísticos, tendencias, colocación para la elaboración de estrategias Plantear y ejecutar acciones de mejora en todos los procesos</li> <li>• Planificar estrategias de comercialización marketing para obtener resultados positivos</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitar a los canales de distribución más conocidos en el mercado</li> <li>• Negociación con distribuidores</li> <li>• Negociar con los puntos de venta Elaborar estrategias de llegada rápida a los clientes</li> <li>• Coordinar reuniones con los encargados de los puntos de venta</li> <li>• Realizar llamadas Reunirse constantemente con el administrador para informar avances</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Instrucción:</b> Marketing Digital	3 años en área comercial, ventas de productos industriales
<b>Capacitación requerida:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de paquetes informáticos</li> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Técnicas de venta y negociación</li> </ul>	<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entusiasmo</li> <li>• Paciencia</li> <li>• Sinceridad</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Facilidad de palabra</li> <li>• Buena memoria</li> <li>• Actitud de servicio</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Urgiles, D. 2021

**Tabla 24-3:** Diseño del puesto departamento financiero

<b>MISIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Nombre del Puesto:</b> Departamento Financiero	
<b>MISIÓN DEL PUESTO</b>	
Diseñar y elaborar los moldes de la mochila teniendo en cuenta el modelo y dimensiones del corte en la tela con el objetivo optimizar la eficiencia en la materia prima y apoyar al proceso productivo. Armar y confeccionar mochilas acorde al proceso productivo de la microempresa.	
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar las facturas de los proveedores</li> <li>• Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuestos</li> <li>• Llevar mensualmente los libros generales de Compra y Ventas</li> <li>• Supervisar la preparación, analizar y firmar los Estados Financieros de la Empresa</li> <li>• Mantener actualizado las cuentas por pagar y por cobrar</li> <li>• Control de detracciones</li> <li>• Responsable del proceso de Manejo Contable.</li> <li>• Elabora y consolida los balances de la microempresa, para su envío a los Organismos de Control y para el análisis de Gerencia General.</li> <li>• Prepara, revisa y cancela las declaraciones de pagos, por concepto de retención de impuestos, impuesto a la renta y otras obligaciones tributarias vigentes.</li> <li>• Elabora, registra y legaliza comprobantes de contabilidad de fin de mes y cierre del ejercicio económico.</li> <li>• Revisa y aprueba en forma mensual las conciliaciones bancarias y anexos.</li> <li>• Mantiene un sistema contable oportuno y al día con los registros de las operaciones económicas, garantizando la aplicación correcta de las normas contables.</li> <li>• Dispone oportunamente de los estados financieros y demás anexos, a fin de proporcionar información veraz para su análisis y toma de decisiones.</li> <li>• Lleva y mantiene actualizada la contabilidad de la organización, sus registros, anexos y demás documentos de respaldo.</li> <li>• Realiza otras actividades encomendadas por su Jefe Inmediato inherentes a su cargo.</li> <li>• Desempeña otras funciones que le asigne su inmediato superior</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Instrucción:</b> Marketing Digital	2 Años en actividades similares
<b>Capacitación requerida:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de paquetes informáticos</li> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Técnicas de venta y negociación</li> </ul>	<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Análisis y aprendizaje</li> <li>• Solución de problemas.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Urgiles, D. 2021

### 3.8. Estudio Financiero

El estudio financiero permite determinar la factibilidad del proyecto objeto de estudio, a través del cálculo de los Estados Financieros proyectados, y la posterior evaluación financiera, basada en el análisis de los principales indicadores (Lora, 2018).

Con la presente información se estima calcular, el monto de las inversiones existentes y las inversiones necesarias para que el proyecto sea operativo, también se determinarán los costos y gastos que se genere, así como la rentabilidad del proyecto. Para determinar la rentabilidad se realizará un análisis del VAN (Valor Actual Neto) y de la TIR (Tasa Interna de Retorno).

#### 3.8.1. Inversión Inicial

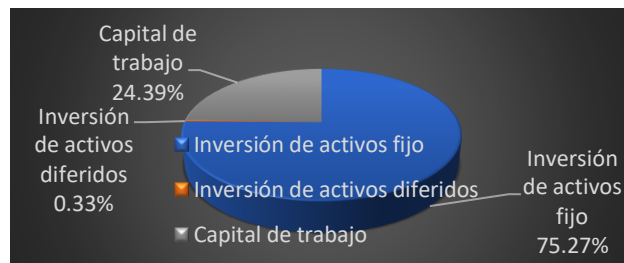
El plan de inversión inicial involucra la inversión fija, diferida y capital de trabajo necesario para comenzar las operaciones empresariales.

Con la finalidad de evaluar el proyecto de inversión y para facilitar su análisis los activos serán agrupados de la siguiente manera: activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

**Tabla 25-3:** Inversiones en el proyecto

Concepto	Valor
Inversión de activos fijo	\$56.580,00
Inversión de activos diferidos	\$250,00
Capital de trabajo	\$18.336,13
<b>Total</b>	<b>\$75.166,13</b>

Realizado: Urgiles,D.2021



**Gráfico 2-3:** Distribución de las Inversiones

Realizado por: Urgiles,D.2021



Como podemos observar en la gráfica tenemos la inversión con el valor más alto corresponde a los activos fijos con 75,27%, capital de trabajo con el 24,39% y activos diferidos 0.33%.

### 3.8.1.1. Activos Fijos

Están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentre en proceso de construcción, y tiene como objetivos utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa.

#### Edificio

**Tabla 26-3: Edificio**

Edificio	\$20.000,00
----------	-------------

Realizado por: Urgiles,D.2021

En lo que respecta a la planta de procesamiento ya se cuenta con una construcción en la que ya cuenta con las áreas descritas en estudio técnico / diseño de la planta, se considerara un presupuesto para adecuaciones, esta construcción está valorada en \$20.000.

#### Adecuaciones de edificio

**Tabla 27-3: Adecuaciones de edificio**

Adecuaciones al Edificio	\$5.000,00
--------------------------	------------

Realizado por:Urgiles,D.2021

En lo que representa a las adecuaciones de edificio y se pretende realizar adecuaciones el cual tiene un valor de \$5.000,00.

#### Maquinaria y Equipos

**Tabla 28-3: Maquinaria y Equipo**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
Máquina Sontex	2	\$1.200,00	\$2.400,00
Máquina coser Sunstar	2	\$1.500,00	\$3.000,00

Máquina recta	3	\$600,00	\$1.800,00
Máquina estampadora	1	\$2.000,00	\$2.000,00
<b>Total</b>			<b>\$9.200,00</b>

Realizado por: Urgiles,D.2021

El valor de este rubro es de \$9200.

### Equipos de Oficina

**Tabla 29-3:** Equipos de Oficina

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Impresora	1	\$200,00	\$200,00
Teléfono	2	\$30,00	\$60,00
<b>Total</b>			<b>\$260,00</b>

Realizado por:Urgiles,D.2021

Estos equipos son necesarios para el trabajo, en la tabla se presenta el detalle de estos, así como su costo total que es \$260.

### Muebles y enseres

**Tabla 30-3:** Muebles y Enseres

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Mesa de trabajo	6	\$65,00	\$390,00
Anaqueles de bodega	3	\$100,00	\$300,00
Perchas	3	\$80,00	\$240,00
Sillas	5	\$100,00	\$500,00
Repisas	3	\$30,00	\$90,00
<b>Total</b>			<b>\$1.520,00</b>

Realizado por: Urgiles,D.2021

Estos muebles serán necesarios para la empresa, en la tabla se presenta el detalle de estos, así como su costo total.

El costo de los muebles y enseres asciende a \$ 1520.

### Equipo de Computación

**Tabla 31-3:** Equipos de computo

#### EQUIPOS DE COMPUTO

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadoras portátiles	4	\$900,00	\$3.600,00
<b>Total</b>			<b>\$3.600,00</b>

Realizado por: Urgiles,D.2021

En la tabla, se detalla los equipos de computación que se utilizarán en la empresa, así como su costo total de \$ 3600.

### Vehículo

**Tabla 32-3:** Vehículo

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Camioneta 4x4 Demax	1	\$17.000,00	\$17.000,00
<b>Total</b>			<b>\$17.000,00</b>

Realizado por:Urgiles,D.2021

Para el desarrollo normal de las actividades de la empresa, como el traslado de los productos, maquinarias, equipos, entrega de los productos, se utilizará una camioneta de propiedad familiar valorada de \$ 17000.

**Tabla 33-3:** Activos Fijos

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Edificio	\$20.000,00
Adecuaciones al Edificio	\$5.000,00
Maquinaria y equipos	\$9.200,00
Equiposde oficina	\$260,00

Muebles y enseres	\$1.520,00
Equipo de computación	\$3.600,00
Vehículo	\$17.000,00
<b>Total</b>	<b>\$56.580,00</b>

Realizado por: Urgiles,D.2021

Están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentre en proceso de construcción, y tiene como objetivos utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa. Estos activos no son adquiridos con el propósito de venderlos en el curso normal de los negocios y generalmente tienen una vida útil mayor a un año. Ejemplo de ellos son los terrenos, edificaciones y construcciones, maquinaria y equipo, vehículos. (Semla, 2021)

### 3.8.1.2. Activos Diferidos

Son aquellas inversiones que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El valor de la inversión realizada en estos activos se recupera mediante el mecanismo de la amortización. (Trelles, 2018)

**Tabla 34-3:** Activos Diferidos

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Gastos de constitución	\$150,00
Permisos de funcionamiento	\$100,00
Registro de marca	\$240,00
<b>Total</b>	<b>\$250,00</b>

Realizado por: Urgiles,D.2021

Para la puesta en marcha del Proyecto es necesario la inversión en activos diferidos que son adquisiciones intangibles en servicios o derechos, también conocidos como activos intangibles como los gastos de constitución, los permisos de funcionamiento y el registro de marca, el cual tenemos un valor de \$ 250.

### 3.8.1.3. Capital de Trabajo

Según (Marcial, 2016) afirma que por capital de trabajo entenderemos que son los recursos, diferentes a la inversión fija y diferida, que un proyecto requiere para realizar sus operaciones sin contratiempo alguno. Dichos recursos están representados por el efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario.

**Tabla 35-3:** Capital de Trabajo

<b>Detalle (2 meses)</b>	<b>Valor</b>
Materia Prima Directa	\$ 8.613,24
Materia Prima Indirecta	\$ 986,24
Mano de obra directa	\$ 2.241,68
Gastos administrativos	\$ 3.619,31
Gasto en ventas	\$ 1.949,66
Gastos indirectos de fabricación	\$ 926,00
<b>Total</b>	<b>\$ 18.336,13</b>

Realizado por:Urgiles,D.2021

Dentro del capital de trabajo se encuentran los recursos que se necesitan para que una empresa pueda operar con normalidad, es decir, son todos los activos que una empresa necesita para realizar sus funciones.

Este rubro asciende a \$18336,13

### 3.8.2. Estructura del Funcionamiento

**Tabla 36-3:** Estructura del Financiamiento

<b>Finaciamento</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor Monetario</b>
Capital Propio	75,57%	\$ 56.730,00
Préstamo BanEcuador	24,43%	\$ 18.336,13
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>\$ 75.066,13</b>

Realizado por:Urgiles,D.2021

Para el proceso de financiación se tendrá en cuenta a la Institución bancaria Banecuador, dado que esta la que se encuentra en la zona de influencia de la empresa, además sus créditos están enfocados al sector productivo.

Dicho crédito será ubicado en:

**Tabla 37-3:** Destino de crédito

<b>DESTINO DE CRÉDITO</b>	
Capital de trabajo	\$ 18.336,13
Equiposde oficina	\$ 260,00
Muebles y enseres	\$ 1.520,00
Equipo de computación	\$ 3.600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 23.716,13</b>

Realizado por: Urgiles,D.2021

El plazo determinado para cubrir este crédito de es de 5 años.

#### **Detalles de los créditos productivos Banecuador**

- Financiamiento a los sectores de la producción.
- Plazo de pago: hasta 3 años para capital de trabajo y hasta 5 para activos fijos.
- Periodo de gracia: total o parcial de hasta un año para capital de trabajo y hasta 2 años para activos fijos.
- Formas de pago: mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento.
- Tasa de interés: para Pyme reajutable del 9.76% (BanEcuador, s.f.)

#### **3.8.3. Depreciación de activos fijos**

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien (activo fijo) por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable. (Juan, 2017)

**Tabla 38-3:** Depreciación de activos fijos

CÁLCULO DE DEPRECIACIONES									
RUBROS DE INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	VALOR ADQUISICIÓN	AÑOS					TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO
			1	2	3	4	5		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>									
Edificio	20	\$ 20.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00
Adecuaciones al Edificio	10	\$ 5.000,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Maquinaria y equipos	10	\$ 9.200,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
Equipos de oficina	10	\$ 260,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 130,00	\$ 130,00
Muebles y enseres	5	\$ 1.520,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 1.520,00	\$ -
Equipo de computación	3	\$ 3.600,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ -	\$ -	\$ 3.600,00	\$ -
Vehículo	5	\$ 17.000,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	\$ 17.000,00	\$ -
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>		<b>\$ 56.580,00</b>	<b>\$ 7.350,00</b>	<b>\$ 7.350,00</b>	<b>\$ 7.350,00</b>	<b>\$ 6.150,00</b>	<b>\$ 6.150,00</b>	<b>\$ 34.350,00</b>	<b>\$ 22.230,00</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

En la presente tabla, se representa la vida útil de cada uno de los activos, así como su valor nominal que permite el cálculo de la depreciación anual. Como podemos observar ciertos activos no poseen una vida útil de 5 años por lo que no todos los activos tienen valor de salvamento. El valor de salvamento es considerado como recuperable luego de transcurrido el periodo proyectado, este valor se verá reflejado en los flujos de fondos.

### 3.8.4. Costos y Gastos

Ya se han detallado los costes de las inversiones en activos, ahora determinaremos los rubros que corresponden a los costos y gastos generados durante la producción de producto. En este rubro se consideran los siguiente; costos de producción, gastos administrativos, gastos en ventas y los gastos financieros.

#### 3.8.4.1. Costos de producción

Los costos de producción u operacionales son aquellos generados por los insumos y la mano de obra empleados durante el proceso de instalación y manejo del apiario. Para este modelo se consideró que el apicultor se encuentra en la finca, por lo tanto, en casos en los cuales el apiario quede retirado, es necesario estimar costos adicionales de transporte.

### 3.8.4.2. Materia Prima

**Tabla 39-3:** Materia prima

MATERIA PRIMA DIRECTA						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Mensual	1	2	3	4	5
MATERIA DIRECTA	\$ 4.306,62	\$ 25.839,72	\$ 27.390,10	\$ 29.033,51	\$ 30.775,52	\$ 32.622,05
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.306,62</b>	<b>\$ 25.839,72</b>	<b>\$ 27.390,10</b>	<b>\$ 29.033,51</b>	<b>\$ 30.775,52</b>	<b>\$ 32.622,05</b>

Elaborado por: Urgiles, D.2021

En la presente tabla se muestra el valor de las materias primas directas, para el primer año con un valor de \$4306,62, así como también la proyección para los periodos posteriores, el valor se calcula cada 6 meses el cual es la duración de los materiales.

### 3.8.4.3. Materia Prima Indirecta

**Tabla 40-3:** Materia Prima Indirecta

MATERIA PRIMA INDIRECTA						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Mensual	1	2	3	4	5
MATERIA INDIRECTA	\$ 986,24	\$ 5.917,44	\$ 6.272,49	\$ 6.648,84	\$ 7.047,77	\$ 7.470,63
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 986,24</b>	<b>\$ 5.917,44</b>	<b>\$ 6.272,49</b>	<b>\$ 6.648,84</b>	<b>\$ 7.047,77</b>	<b>\$ 7.470,63</b>

Elaborado por: Urgiles, D.2021

En la presente tabla se muestra el valor de materia prima indirecta, para el primer año con un valor de \$5917,44, así como también la proyección para los periodos posteriores, el valor se calcula cada 6 meses el cual es la duración de los materiales.

### 3.8.4.4. Mano de Obra Directa

**Tabla 41-3:** Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Bimensual	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	\$ 2.241,68	\$ 13.450,06	\$ 14.257,06	\$ 15.112,49	\$ 16.019,24	\$ 16.980,39
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.241,68</b>	<b>\$ 13.450,06</b>	<b>\$ 14.257,06</b>	<b>\$ 15.112,49</b>	<b>\$ 16.019,24</b>	<b>\$ 16.980,39</b>

Elaborado por: Urgiles, D.2021



Se muestra el costo de la mano de obra directa para el primer año, así como también la proyección para los periodos posteriores, el calculo realizado se hace cada 6 meses(bimensual) ya que es según cada periodo escolar.

#### 3.8.4.5. Gastos Indirectos de Fabricación

**Tabla 42-3:** Gastos Indirectos de Fabricación

Gastos indirectos de Fabricacion						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Bimensual	1	2	3	4	5
Gastos indirectos de fabricación	\$ 926,00	\$ 5.556,00	\$ 5.889,36	\$ 6.242,72	\$ 6.617,28	\$ 7.014,32
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 926,00</b>	<b>\$ 5.556,00</b>	<b>\$ 5.889,36</b>	<b>\$ 6.242,72</b>	<b>\$ 6.617,28</b>	<b>\$ 7.014,32</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

En la presente Tabla, presenta una proyección de los Gastos Indirectos de Fabricación para los 5 periodos.

#### 3.8.4.6. Gastos de ventas

**Tabla 43-3:** Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Bimensual	1	2	3	4	5
Vendedor	\$ 2.859,33	\$ 17.155,96	\$ 18.185,32	\$ 19.276,44	\$ 20.433,02	\$ 21.659,00
Publicidad y otros	\$ 520,00	\$ 3.120,00	\$ 3.180,53	\$ 3.242,23	\$ 3.305,13	\$ 3.369,25
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.379,33</b>	<b>\$ 20.275,96</b>	<b>\$ 21.365,85</b>	<b>\$ 22.518,67</b>	<b>\$ 23.738,15</b>	<b>\$ 25.028,25</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

Estos son aquellos gastos que se producen como consecuencia de la venta de un producto o servicio determinado. En otras palabras, son los gastos que se producen únicamente por la operación y acción de vender, ya que si esta acción no se produjera habría gastos que no se realizarían (A.n.d., 2022).

En la siguiente, se detallan los gastos relacionados a las ventas, así como sus respectivas proyecciones para los siguientes periodos.

### 3.8.4.7. Gastos Administrativos

**Tabla 44-3:** Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Bimensual	1	2	3	4	5
Gerente	\$ 4.094,63	\$ 24.567,76	\$ 26.041,83	\$ 27.604,34	\$ 29.260,60	\$ 31.016,23
Financiero	\$ 3.106,39	\$ 18.638,32	\$ 19.756,62	\$ 20.942,02	\$ 22.198,54	\$ 23.530,45
Útiles de oficina	\$ 18,80	\$ 112,80	\$ 114,24	\$ 115,71	\$ 117,19	\$ 118,69
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.219,81</b>	<b>\$ 43.318,88</b>	<b>\$ 45.912,69</b>	<b>\$ 48.662,06</b>	<b>\$ 51.576,32</b>	<b>\$ 54.665,37</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

Los gastos operacionales son aquellos costos de ordinarios que la empresa debe afrontar consecuencia del giro del negocio para obtener beneficios algunos gastos se pueden citar dentro de estos grupos son: Pagos por servicios básicos (luz, agua), alquiler, etc. Al momento de considerar la rentabilidad, que genera un determinado proyecto o negocio, la evaluación de posibles gastos operativos es un factor fundamental; en efecto, un cambio abrupto en los mismos podría transformar en pérdidas lo que inicialmente se consideraba un negocio lucrativo (Salvador L. R.).

En la presente Tabla 43-3, se presentan el detalle de los rubros y sus respectivas proyecciones para los siguientes periodos del proyecto.

### 3.8.4.8. Gastos Financieros

**Tabla 45-3:** Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
DEUDA LARGO PLAZO					
<b>PRÉSTAMO:</b>	BANECUADOR				
<b>MONTO:</b>	\$ 18.336,13				
<b>TASA DE INTERÉS:</b>	10,21%				
<b>METODO DE CALCULO:</b>	SOBRE SALDOS				
AÑOS	DEUDA	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA ANUAL	SALDO
<b>0</b>					
1	\$ 18.336,13	\$ 1.872,12	\$ 3.667,23	\$ 5.539,34	\$ 14.668,90
2	\$ 14.668,90	\$ 1.497,69	\$ 3.667,23	\$ 5.164,92	\$ 11.001,68
3	\$ 11.001,68	\$ 1.123,27	\$ 3.667,23	\$ 4.790,50	\$ 7.334,45
4	\$ 7.334,45	\$ 748,85	\$ 3.667,23	\$ 4.416,07	\$ 3.667,23
5	\$ 3.667,23	\$ 374,42	\$ 3.667,23	\$ 4.041,65	\$ -
<b>TOTAL</b>		\$ 5.616,36	\$ 18.336,13		

Elaborado por: Urgiles,D.2021

Los gastos financieros representan el precio a pagar por el capital prestado por terceros, que suelen ser bancos o prestamistas particulares. En este caso se presenta la tabla de amortización con cuotas anuales.

Después de todo este proceso de costos y gastos que serán definidos según su clasificación como: costos fijos y costos variables, estos datos permitirán el cálculo del punto de equilibrio.

#### 3.8.4.9. Gastos depreciaciones y amortizaciones

**Tabla 46-3:** Gastos de depreciaciones y amortizaciones

GASTOS DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES					
COSTOS DEL PROYECTO	PERIODOS				
CONCEPTO	1	2	3	4	5
Depreciaciones	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00	\$ 2.446,00	\$ 2.446,00
Amortizaciones	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.380,00</b>	<b>\$ 7.380,00</b>	<b>\$ 7.380,00</b>	<b>\$ 2.476,00</b>	<b>\$ 2.476,00</b>

#### 3.8.5. Costos Fijos y Costos Variables

##### 3.8.5.1. Costos Fijos

**Tabla 47-3:** Costos Fijos

COSTOS FIJOS	AÑO 1
Mano de obra directa	\$ 13.450,06
Gastos indirectos de fabricación	\$ 5.556,00
Depreciaciones	\$ 7.350,00
Amortizaciones	\$ 30,00
Gastos en ventas	\$ 20.275,96
Gastos administrativos	\$ 43.318,88
Gastos financieros	\$ 5.539,34
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 95.520,24</b>

Elaborado por: Urgiles, D. 2021

### 3.8.5.2. Costos Variables

**Tabla 48-3:** Costos Variables

COSTOS VARIABLES	AÑO 1
MATERIA DIRECTA	\$ 25.839,72
MATERIA INDIRECTA	\$ 5.917,44
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 31.757,16</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

### 3.8.6. Precio de Venta

**Tabla 49-3:** Precio de venta

Precios de Venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mochilas	\$ 20,00	\$ 20,39	\$ 20,78	\$ 21,19	\$ 21,60

Elaborado por: Urgiles,D.2021

El precio de ventas y fue determinado al momento mediante 1,94% en base a la encuesta realizada a la población, lo cual tenemos para el año un valor de precio de venta de \$20.

### 3.8.7. Ingreso por ventas

**Tabla 50-3:** Ingreso por ventas

Ingresos por venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maletas	\$ 120.000,00	\$ 124.774,56	\$ 129.739,09	\$ 134.901,15	\$ 140.268,60
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$ 120.000,00</b>	<b>\$ 124.774,56</b>	<b>\$ 129.739,09</b>	<b>\$ 134.901,15</b>	<b>\$ 140.268,60</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

En la Tabla, se estima una proyección de los ingresos para los 5 periodos del proyecto, por lo cual se tomó en cuenta la producción total del periodo que anualmente es de \$6000 para el año uno multiplicado por el \$20 que es el valor preferido de venta, dándonos un ingreso por ventas para el primer año de \$120000.

### 3.8.8. Punto de equilibrio

El punto del equilibrio corresponde al valor mínimo de ingresos necesario para no tener pérdidas, donde los ingresos se igualan a los costos y el beneficio es igual a cero. Para determinar el punto de equilibrio es necesario la relación entre costos, gastos fijos, costos y gastos variables con el volumen de ventas. (Salvador.E.T, 2017)

#### 3.8.8.1. Punto de equilibrio en ventas

Debido a la dificultad de asignar o determinar costos fijos y variables cuando se maneja más de dos productos en su portafolio se simplifica este proceso cálculo utilizando la siguiente formula.

$$PEQ. \text{ en Ventas} = \frac{\text{TOTAL EGRESO}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}$$

**Tabla 51-3:** Punto de Equilibrio

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DE EGRESOS	\$89.980,90	\$94.804,96	\$99.915,93	\$104.130,99	\$109.868,33
MARG. DE CONT	84,16%	83,85%	83,54%	83,22%	82,89%
<b>PEQ TOTTALL</b>	<b>\$106.914,41</b>	<b>\$113.059,90</b>	<b>\$119.602,68</b>	<b>\$125.127,49</b>	<b>\$132.541,17</b>

Realizado por: Urgiles,D.2021

En la presente tabla una vez realizado los cálculos con la correspondiente fórmula se obtiene que para el Año 1 se debe vender \$106914,41 para alcanzar Punto de Equilibrio y ser capaces de cubrir tanto costos como gastos del proyecto.

### 3.8.9. Estados de resultados

Se presenta información financiera que los ingresos se deducen los costos y gastos, y finalmente obtiene las utilidades o perdidas del ejercicio como el monto de los impuestos y participación de los trabajadores que corresponde a un periodo determinado. (Morales & Morales, 2017).

En la presenta tabla se muestra un estado de resultados proyectado en función de los ingresos y los costos

**Tabla 52-3:** Estado de Resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
( + ) VENTAS	\$ 120.000,00	\$ 124.774,56	\$ 129.739,09	\$ 134.901,15	\$ 140.268,60
Costos de producción	\$ 19.006,06	\$ 20.146,42	\$ 21.355,21	\$ 22.636,52	\$ 23.994,71
( = ) UTILIDAD BRUTA	\$ 100.993,94	\$ 104.628,14	\$ 108.383,88	\$ 112.264,63	\$ 116.273,88
( - ) Gastos de Administración	\$ 43.318,88	\$ 45.912,69	\$ 48.662,06	\$ 51.576,32	\$ 54.665,37
( - ) Gastos Ventas	\$ 20.275,96	\$ 21.365,85	\$ 22.518,67	\$ 23.738,15	\$ 25.028,25
( - ) Gasto Depreciación	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00	\$ 6.150,00	\$ 6.150,00
( - ) Gasto Amortización	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
( = ) UTILIDAD OPERATIVA	\$ 30.019,10	\$ 29.969,60	\$ 29.823,16	\$ 30.770,16	\$ 30.400,26
( - ) Gasto Financiero	\$ 5.539,34	\$ 5.164,92	\$ 4.790,50	\$ 4.416,07	\$ 4.041,65
( = ) UTILIDAD ANTES DE PART. A TRABAJADORES	\$ 24.479,76	\$ 24.804,68	\$ 25.032,66	\$ 26.354,08	\$ 26.358,61
( - ) 15% Part. A Trabajadores	\$ 3.671,96	\$ 3.720,70	\$ 3.754,90	\$ 3.953,11	\$ 3.953,79
( = ) UTILIDAD ANTES DE IMP. A LA RENTA	\$ 20.807,79	\$ 21.083,98	\$ 21.277,76	\$ 22.400,97	\$ 22.404,82
( - ) 25% Imp. a la Renta	\$ 5.201,95	\$ 5.270,99	\$ 5.319,44	\$ 5.600,24	\$ 5.601,21
( = ) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	\$ 15.605,84	\$ 15.812,98	\$ 15.958,32	\$ 16.800,73	\$ 16.803,62
( - ) 10% RESERVA LEGAL	\$ 1.560,58	\$ 1.581,30	\$ 1.595,83	\$ 1.680,07	\$ 1.680,36
( = ) UTILIDAD O PÉRDIDA NETA DEL EJERCICIO	\$ 14.045,26	\$ 14.231,69	\$ 14.362,49	\$ 15.120,65	\$ 15.123,25

Realizado por: Urgiles,D.2021

**3.8.10. Flujo de caja**

Para evaluar un proyecto es necesario presentar en forma ordenada, numérica y lógica, todos los costos y beneficios relevantes, a fin de que en un paso posterior éstos puedan ser resumidos en una única cifra, que constituye el indicador de rentabilidad del proyecto. De este modo, el proyecto bajo análisis podrá ser comparado con inversiones alternativas, tanto en el mismo sector como en otros sectores de la actividad pública. Para ello es necesario construir un flujo de caja o flujo de fondos, el cual constituye el principal instrumento de análisis cuantitativo en la metodología de diseño de proyectos (Vigo, 2018).

La principal forma de presentar un flujo de caja es a través de un formato, en el cual las cuentas o partidas son organizadas siguiendo la secuencia lógica de la ejecución de un proyecto. De esta manera, los datos son consignados, en forma sucesiva, en tres módulos: inversión, operación y financiamiento. Sin embargo, cuando el proyecto no utiliza préstamos, obviamente existirán solamente los dos primeros módulos”

**Tabla 53-3:** Flujo de caja

FLUJOS NETOS DE CAJA						
FLUJO DE CAJA NETA	0	1	2	3	4	5
(=) UTILIDAD NETA	\$ -	\$ 14.045,26	\$ 14.231,69	\$ 14.362,49	\$ 15.120,65	\$ 15.123,25
(+) DEPRECIACIONES	\$ -	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00	\$ 7.350,00
(+) AMORTIZACIONES	\$ -	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.230,00
(+) CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ 18.336,13				
INVERSIÓN INICIAL	\$ -56.730,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CRÉDITOS	\$ -18.336,13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE LA DEUDA	\$ -	\$ 5.539,34	\$ 5.164,92	\$ 4.790,50	\$ 4.416,07	\$ 4.041,65
<b>FLUJOS NETOS DE CAJA</b>	<b>\$ -75.066,13</b>	<b>\$ 34.222,04</b>	<b>\$ 16.446,77</b>	<b>\$ 16.951,99</b>	<b>\$ 18.084,58</b>	<b>\$ 40.691,61</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

### 3.8.11. Evaluación Financiera

#### 3.8.11.1. Van (Valor Actual Neto)

El VAN es una herramienta que mide la viabilidad del proyecto a través de medir los ingresos y egresos futuros para ver si se obtuvo alguna ganancia para esto utilizamos la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{F_n}{(1+r)^n} + I_0$$

Esta herramienta ayuda a determinar la rentabilidad del proyecto y cuando se va a recuperar la inversión. (Roberto, 2016).

### 3.8.11.2. Tasa de Descuento

**Tabla 54-3:** Tasa de Descuento

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO PONDERADA				
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	Participación	Tasa de Interés	Tasa Ponderada
CAPITAL SOCIAL	\$ 56.730,00	75,57%	5,71%	4,32%
Banecuator	\$ 18.336,13	24,43%	10,21%	2,49%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 75.066,13</b>	<b>100%</b>		<b>6,81%</b>

Elaborado por: Urgiles,D.2021

Es necesario determinar una Tasa de Descuento Ponderada debido que el financiamiento proviene de un préstamo bancario y por otra parte aporte de capital propio. Este cálculo proviene de realizar una ponderación entre los porcentajes de las participaciones y las tasas de interés.

Procedemos a calcular el VAN, con los valores estimados del Flujo de caja neto, más la tasa de descuento obtenida del 6,81%.

### 3.8.11.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno, universalmente conocida como TIR, es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea cero. La TIR es un número que no depende de la tasa de interés que rige en el mercado de capitales. Por eso se llama tasa interna de rentabilidad; el número es interno o inherente al proyecto y no depende exclusivamente de los flujos de caja del proyecto. La TIR indica la rentabilidad de realizar un proyecto y la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. (Roberto, 2016).

#### **Criterio de la TIR**

- Si la TIR es mayor que la TD, es conveniente invertir ya que el proyecto será rentable.
- Si la TIR es igual a la TD, el proyecto presenta VAN igual a cero y la TIR es la conveniente para el inversionista.
- Si la TIR es menor que la TD, no es conveniente invertir, ya que el proyecto no será rentable
- Con estos datos se puede afirmar que el proyecto es factible siempre y cuando se cumplan estos criterios comparados con la Tasa de Descuento.



Al momento de aplicar esta fórmula obtenemos un TIR de: 19,85%.

#### *3.8.11.4. Relación Beneficio Costo*

En la Relación Costo / Beneficio es donde se determina cuanto se recupera por cada dólar de inversión en el proyecto.

Para el proyecto la Relación Costo / Beneficio es de: Por cada dólar de inversión, recupero el dólar y gano \$1,38 centavos.

#### *3.8.11.5. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)*

Así también con los datos del flujo de caja descontados y acumulados podemos determinar el periodo de recuperación de la inversión en función de; años, mese y días.

Para el presente proyecto el periodo estimado de recuperación de la inversión es de: 3 años, 9 mes y 21 días.

### **Análisis de Resultados**

**TD:** 6,81%

**TMAR:** 15,59%

**VAN:** \$28471,11

**TIR:** 19,85%

**PRI:** 3(años),9 (meses) y 21(días)

Como podemos observar luego de haber realizado los cálculos necesarios para Evaluar el Financiamiento del proyecto hemos encontrado una TIR y VAN positivos, lo que es indicativo de que el proyecto es factible realizarlo en nuestro caso seguir con la programación de las inversiones. Así también se pudo determinar que el periodo de recuperación de la inversión es muy corto y esto estimularía la inversión.

Por otro lado, haciendo una comparación en la tasa TMAR a la cual se le suman otros indicadores como la Inflación y el Riesgo País y al contrastarla con la TIR, podemos asumir que el retorno

del proyecto puede cubrir en la totalidad estos contextos del entorno empresarial nacional generando rentabilidad adicional, que es lo que busca un inversionista.

## CONCLUSIONES

Luego de concluir con los estudios se determina que es factible la creación de la empresa de mochilas en el cantón Alausí, ya que se cuenta con las características y requerimiento necesarios para llevarlo a cabo.

Después de un estudio de mercado se determinó que el nuevo producto si podrá ser aceptado por la población del cantón Alausí en un porcentaje del 59,11% de la demanda insatisfecha, el cual fue un valor basado en consumo per cápita por familias.

Por medio del estudio técnico se determinó la localización optima de empresa de mochilas, la cual sería en la avenida 5 de Junio del cantón Alausí, provincia de Chimborazo, además se realizó la descripción de los procesos operativos adecuados, tomando en cuenta los requerimientos del cantón Alausí.

El estudio financiero, determinó que el total de la inversión para la creación de la planta es de \$ 75.066,13, recuperables en 3 años 9 meses y 21 días.

Según el estado de resultados, la utilidad neta que se obtiene en los 5 años del proyecto es positiva.

Se determinó la factibilidad de invertir en este proyecto mediante el análisis del VAN y el TIR

Finalmente se ejecuta la evaluación financiera emitiendo los principales costos, gastos e inversión por parte del socio que reflejó un VAN \$ 28471,11 y un TIR del 19,85%, que representan de manera concreta la factibilidad del negocio.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda la ejecución de estudios de mercado frecuentemente que permita a la empresa verificar las principales preferencias, modas e innovaciones del mercado objetivo, al igual que conocer a la posible competencia y también concretar si el precio manejado se encuentra acorde a las especificaciones y necesidades de los clientes.

Finalmente se recomienda emprender proyectos en conjunto con las comunidades para lograr establecer convenios con el GAD cantonal, que promuevan espacios para dar a conocer sobre temas de importancia relacionadas con el desarrollo de esta actividad en el cantón.

## BIBLIOGRAFÍA

- A.n.d., A. (5 de febrero de 2022). “*QUE SON LOS GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS | Web Oficial.*”. Obtenido de (<https://www.euoinnova.ec/blog/que-son-los-gastos-de-administracion-y-ventas>).
- Andía, W. (2018). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Industrial Data*, 7.
- Arias, F. G. (2017). Venezuela : Episteme.
- Ávila, J. (2018). *Introducción a la Contabilidad*. México: Umbral.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw- Hill.
- BanEcuador*. (s.f.). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/creditooportunidades/>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Obtenido de [http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05\\_lectura\\_Tecnicas\\_e\\_Instrumentos.pdf](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05_lectura_Tecnicas_e_Instrumentos.pdf)
- Borja, A. (2018 ). Obtenido de Financiero: [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf)
- Chaves, R. L. (8 de Abril de 2018). *Estudio de Factibilidad de un proyecto*.
- Chavez, D. (8 de abril de 2018). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?* Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/9051/S3092C678S.pdf?sequence=1>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Contreras, E. (2020). *Libro de Finanzas*.
- Córdoba, M. (2016). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe.
- Córdoba, M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Delord, G., Porlán, R., & Harres, J. (2017). La importancia de los proyectos y redes innovadoras. *Redalyc*. Obtenido de Proyecto de Inversión, Formulación y Evaluación. Chile: Pearson Educación.
- Echeveria. (2017). Revista Publicando. Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. 187.
- Economipedia*. (17 de julio de 2021). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>
- Gil, S. (2017). *Competencia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>
- Granda Sanmartín, M. A. (Enero de 2020). Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/10883>

- Guerrero, V. (2016). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga.
- INEC. (2018). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- INEC. (2019). *Instituto nacional de Estadísticas y censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/bolivar.pdf>
- Jacinto, J. &. (2017). *Definiciones economía*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/economia.html>
- Jorge Armando, J. C. (s.f.). *Implementación de una microempresa de producción y comercialización de mochilas en la ciudad de Tulcán*. Universidad Técnica Estatal del Carchi, Tulcán.
- Juan, B. A. (2017). *Amortizaciones, Depreciaciones y Provisiones*.
- López, P. y. (2015). En *Metodología de la investigación social cuantitativa*. (pág. 8). Barcelona.
- Lora, E. (2018). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/desempleo/>
- Lucid. (2020). *Ciclo del Proyecto*. Obtenido de <https://www.lucidchart.com/blog/es/las-cuatro-fases-del-ciclo-de-vida-de-la-gestion-de-proyectos>
- Marcial, C. (2016). *Fomulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe.
- Mejia, M. (2018). *Significado.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/desempleo/>
- Mora.R. (15 de noviembre de 2020). *Raúl Prebisch y la dinámica económica: crecimiento cíclico e interacción entre el centro y la periferia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/153/15365453005/html/>
- Morales, J., & Morales, A. (2017). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.
- Moreno, L. (2016). *El proyecto de Investigacion*.
- Nuño, P. (7 de Julio de 2017). *Emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Pedroza, L. V. (2019). *El desempleo en colombia*. Instituto de Estudios Legislativos, Estado de México, México. Obtenido de <https://www.significados.com/desempleo/>
- Pion, A. (2016). *Ciclo del Proyecto* . Obtenido de [https://www.academia.edu/37215479/El\\_Ciclo\\_de\\_Proyecto\\_contempla\\_las\\_Fases\\_de\\_Preinversi%C3%B3n\\_Inversi%C3%B3n\\_y\\_Postinversi%C3%B3n.\\_Durante\\_la\\_Fase\\_de\\_Preinversi%C3%B3n](https://www.academia.edu/37215479/El_Ciclo_de_Proyecto_contempla_las_Fases_de_Preinversi%C3%B3n_Inversi%C3%B3n_y_Postinversi%C3%B3n._Durante_la_Fase_de_Preinversi%C3%B3n)
- Quiroa, M. (2015). *Que es el Mercado* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Raffino M, E. (2018).
- Raffino, M. (2018). *conceptos.com*. Obtenido de <https://concepto.de/diagrama-de-flujo/>

- Raffino, M. E. (2018). *Definición de Proyectos*. Obtenido de <https://concepto.de/proyecto/>
- Riera. (7 de Julio de 2017). *Emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Rivero, L. (18 de abril de 2018). Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>
- Roberto, M. (2016). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su utilidad como herramienta para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *FIDES RATIO*, 67-85.
- Rocabert, J. P. (2007). *“Los Criterios Valor Actual Neto Y Tasa Interna de Rendimiento*. Obtenido de [https://www.academia.edu/24835325/Los\\_criterios\\_Valor\\_Actual\\_Neto\\_y\\_Tasa\\_I](https://www.academia.edu/24835325/Los_criterios_Valor_Actual_Neto_y_Tasa_I)
- Romero, O. H. (2018). Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio. Machala: Editorial UTMACH.
- Rucoba, A., & Luján, Á. (2018). Análisis De Rentabilidad De Un Sistema De Producción De Tomate Bajo Invernadero En La Región Centro Sur - Chihuahua. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 11.
- Ruiz, M. (2018). *Enfoque de Investigación*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>
- Rus, E. (2020). *Economipedia*. Obtenido de [Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/organigrama-estructural.html](https://economipedia.com/definiciones/organigrama-estructural.html)
- Salvador, L. J. (2017). *Diseño y Evaluación de Proyectos Culturales*.
- Salvador, L. R. (s.f.). *Diseño y Evaluación de Proyectos Culturales*.
- Salvador.E.T. (2017). *Punto de Equilibrio*.
- Sanchez, A. (2004). Revista Española de financiación y contabilidad . *Artículos Financieros* , págs. 159-179.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Semla. (2021). Obtenido de <https://www.cemla.org/DatosSelectosMacroeconomicos/Datos%20Selectos%20Banca%20Central%20v5.html>
- Sevilla, A. (2016). *Definición de Economía* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/economia.html>
- Stanton William, E. M. (2016). «Dirección de Marketing .
- Stanton, E. y. (s.f.). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales.
- Thompson. (9 de Julio de 2019). *Estudio de mercado*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>
- Trelles, G. (2018). Clasificación de los productos. *Mercadotecnia*, 6.

- Ucha, F. (2018). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/necesidad.php>
- Valencia, J. (2016). *Emprendimiento*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/joservalencia/emprendimiento>
- Vargas, R. (2016). Estado de flujo de efectivo. *InterSedes*, 111-136.
- Vásquez, J. B. (s.f.). *Amortizaciones, Depreciaciones y Provisiones.*”.
- Vigo, V. S. (2018). “Manual de Diseño de Proyectos de Desarrollo Sostenible.



## ANEXOS

### ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTAS



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

#### MODELO DE ENCUESTA

**Objetivo:**

Conocer los criterios y necesidades de las familias en la creación de una empresa de producción y comercialización de mochilas en el cantón Alausí.

Porfavor conteste con absoluta verdad.

**1. ¿Usa usted mochilas?**

Si ( )

No ( )

**2. Género**

Masculino( )

Femenino ( )

**3. ¿Qué le parece el precio de la mochila actualmente?**

Muy Económico ( )

Económico ( )

Normal ( )

Caro ( )

Muy Caro ( )

**4. ¿Cuál es la característica más importante para usted a la hora de comprar una mochila?**

Material ( )

Precio Accesible ( )

Tamaño ( )

Calidad ( )

Durabilidad ( )

Funcionalidad ( )

Todas las anteriores ( )

**5. ¿Está usted de acuerdo con una empresa de mochilas en el cantón?**

Sí ( )

No ( )

Talvez ( )

**6. ¿Por qué medio le gustaría informarse de la venta de mochilas de confecciones chelo?**

Redes Sociales ( )

Sitios Web ( )

Radio ( )

Prensa ( )

**7. ¿Está usted de acuerdo con que los colegios y escuelas tengan convenio con esta empresa?**

Sí ( )

No ( )

Talvez ( )

**8. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por mochila?**

20 ( )

25 ( )

30 o más ( )

**9. ¿Cuál es la marca que usted elige al momento de adquirir una mochila?**

Aokin ( )

Totto ( )

Vans ( )

Jansport ( )

**10. ¿Cada cuánto tiempo adquiere usted nuevas mochilas escolares?**

Cada periodo Escolar ( )

En cualquier momento ( )

**11. ¿Tipo de material de preferencia para una mochila?**

Nylon ( )

Impermeable ( )

Vinil( )

ANEXO B: RUC DEL NEGOCIO

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1714536156001  
APELLIDOS Y NOMBRES: URGILES BUENO MARCELO ANGEL  
NOMBRE COMERCIAL:  
CLASE CONTRIBUYENTE: RISE OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO  
CALIFICACIÓN ARTESANAL: JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO NUMERO: 120863

CONTRIBUYENTE EN SUSPENSION TEMPORAL: No

FEC. NACIMIENTO: 20/01/1979 FEC. ACTUALIZACION: 18/07/2013  
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 27/06/2013 FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:  
FEC. INSCRIPCION: 27/06/2013 FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

CONFECCION DE ARTICULOS DE CUERO.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: ALAUSI Parroquia: ALAUSI Referencia: BARRIO LA VICENTINA, A DOS CUADRAS DEL HOSPITAL Teléfono: 032931576

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

REGIMEN SIMPLIFICADO	CATEGORIA	RANGO	CUOTA MENSUAL
GRUPO ACTIVIDADES DE MANUFACTURA	1	0-6000	1.17
TOTAL A PAGAR:			1.17

El valor de su cuota final será la suma de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su número dígito del RUC.

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1  
CERRADOS: 0  
JURISDICCION: REGIONAL CENTRO III, CHIMBORAZO

  
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

**SRI** SE VERIFICA QUE LOS DOCUMENTOS DE IDENTIDAD Y CERTIFICADO DE VOTACION ORIGINALES PRESENTADOS PERTENECEN AL CONTRIBUYENTE.  
18 JUL 2013  
  
FIRMA DEL SERVIDOR RESPONSABLE

Usuario: SASANTILLAN

Lugar de emisión: RIOBAMBA, CHIMBORAZO