



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE CONFECCIÓN Y ALQUILER DE ROPA
FOLKLÓRICA EN EL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE
COTOPAXI”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniería Comercial.

Autor:

Rea Cayancela Segundo Alfredo

Director:

Ing. Milton Marcelo Cárdenas MBA.

Latacunga – Ecuador

Noviembre 2012

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y ALQUILER DE ROPA FOLKLÓRICA EN EL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**; como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad del autor.

Rea Cayancela Segundo Alfredo
C.I. 0502758568

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y ALQUILER DE ROPA FOLKLÓRICA EN EL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”, que el Señor, Rea Cayancela Segundo Alfredo, egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aporte científicos – técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación de tribuna de grado, que el honorable consejo académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Noviembre 2012

.....

Ing. Milton Marcelo Cárdenas MBA.

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante: Rea Cayancela Segundo Alfredo, con el título de Tesis **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCION Y ALQUILER DE ROPA FOLKLORICA EN EL CANTON PUJILI, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 13 de noviembre del 2012

Para constancia firman:

.....
Ing. Roberto Arias
PRESIDENTE

.....
Ing. Daniel Mejía
MIEMBRO

.....
Ing. Wilson Trávez
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Antes que todo, mi agradecimiento, al ser supremo,
DIOS.

A mis padres y hermanos/as por su apoyo, confianza
y paciencia.

Agradezco al personal docente y administrativo de
la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Al Ing. Marcelo Cárdenas - Director de Tesis, que
con empeño y dedicación me guió en esta
investigación.

Segundo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo fruto de mi esfuerzo y sacrificio a mis padres, padrinos y hermanos/as, los que han sido siempre mi horizonte y verdad todo el tiempo en los buenos y malos momentos, los que he superado gracias a su apoyo, cariño y amor.

Segundo

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág.
PORTADA.....	i
AUTORÍA	ii
AVAL.....	iii
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN	xv
SUMMARY	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xviii

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Gestión Administrativa	1
1.1.1 Definición de Gestión Administrativa	2
1.1.2 Proceso Administrativo	3
1.1.3 Importancia de la Gestión Administrativa	4
1.1.4 Proceso Administrativo	5
1.1.4.1. Planificación.....	5
1.1.4.2. Organización.	6
1.1.4.3. Dirección.....	6
1.1.4.4. Control.....	7
1.2 Proyectos	7
1.2.1 Etapas de un Proyecto de Inversión	8
1.2.1.1. La Etapa de la Idea:.....	8

1.2.1.2. La Etapa de la Pre Inversión:	9
1.2.1.3. La Etapa de Inversión:	9
1.2.1.4. La Etapa de Operación:	9
1.2.2 Proyecto De Factibilidad.....	10
1.3 Estudio de Mercado.....	11
1.3.1 Mercado.....	13
1.3.2 Segmentación del Mercado	14
1.3.3 Análisis de la Demanda.....	14
1.3.4 Análisis de la Oferta.....	15
1.3.5 Demanda Insatisfecha	17
1.3.6 Análisis de Precios	17
1.3.7 Análisis de la Comercialización.....	18
1.4 Estudio Técnico.....	19
1.4.1 Tamaño.....	21
1.4.2 Análisis Localización Óptima del Proyecto	23
1.4.3 Ingeniería del Proyecto	24
1.5 Estudio Económico	26
1.5.1 Definición del Estudio Económico.	26
1.5.2 Inversión Inicial	27
1.5.3 Inversión Fija	27
1.5.4 Inversión Diferida	28
1.5.5 Capital de Trabajo	28
1.5.6 Punto de Equilibrio.	29
1.5.7 Depreciación y Amortización	29
1.6 Evaluación Financiera.....	30
1.6.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	31
1.6.1.1. Valor Actual Neto (Van).....	31
1.6.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	32
1.7. Antecedentes Industriales.....	33
1.7.1. El sector de la Confección en el Ecuador.....	33
1.7.2. Sistema Artesanal.....	33
1.7.3. Sistema de Empresa	35

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Proceso Metodológico de Investigación	38
2.1.1 Definir el problema	38
2.1.2 Posible solución	40
2.1.3 Justificación.....	40
2.1.4 Objetivos	41
2.1.5 Tipo de investigación	41
2.1.6 Establecer el método	42
2.1.7 Técnicas como levantar la información	42
2.1.8 Instrumentos.....	43
2.1.9. Segmentación de mercado.....	43
2.1.10 Población o Universo	45
2.1.11 Muestra.....	46
2.1.12 Plan muestral.....	48
2.1.13 Tabulación / análisis.....	48
2.2. Identificación de Productos / Servicio	59
2.2.1. Características	61
2.3.- Mercado Meta.....	68
2.4.- Análisis de la Demanda	68
2.4.1.- Demanda actual.....	69
2.4.2.- Demanda Proyectada	70
2.5.- Análisis de la Oferta	71
2.5.1.- Oferentes en el mercado	71
2.5.2.- Nivel de producción.....	72
2.5.3. Oferta Histórica.....	75
2.5.4.- Oferta Proyectada	75
2.6. Demanda Insatisfecha	78
2.7.- Análisis de Precios.....	79
2.7.1.- Precio actual.....	79
2.7.2. Precios proyectados.....	80

2.8.- Análisis de la Comercialización	82
2.9. Conclusión.....	83

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERA

3. DEFINICIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO TÉCNICO	84
3.1. Objetivos del Estudio Técnico	84
3.2. Tamaño.....	85
3.2.1. Tamaño en Función del Mercado.....	85
3.2.2. El tamaño y materias primas.....	86
3.2.3. Tamaño y mano de obra.....	86
3.2.4. Tamaño y financiamiento.....	87
3.2.5. Tamaño propuesto.....	87
3.3. Plan de Producción.....	88
3.4. Localización.....	88
3.4.1. Macro localización.....	88
3.4.2. Micro localización.....	89
3.5. Ingeniería del Proyecto	91
3.5.1. Proceso Productivo.....	92
3.5.2. Distribución física	102
3.5.3. Requerimientos del proyecto.....	106
3.6. Propuesta Administrativa	113
3.6.1. Razón Social.....	113
3.6.2. Constitución jurídica	113
3.6.3. Misión	114
3.6.4. Visión	114
3.6.5. Principios y Valores	114
3.6.6. Estructura Organizacional.....	115
3.6.7. Objetivos	121
3.6.8. Estrategias	121

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

3.7. Inversión Inicial	123
3.7.1. Inversión fija	123
3.7.2. Inversión diferida	123
3.7.3. Capital de trabajo	123
3.8. Financiamiento	124
3.8.1. Fuentes propias.....	125
3.8.2. Fuentes secundarias.....	125
3.9. Presupuesto	126
3.9.1. Presupuesto de Costos.....	126
3.9.2. Costo unitario de Producción.....	127
3.9.3. Presupuesto de ingresos	129
3.9.4. Estados Financieros.....	130
3.9.4.1. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	130
3.10. Evaluación Financiera	133
3.10.1. Tasa mínima aceptable TMAR	133
3.10.2. Valor actual neto VAN.....	133
3.10.3. Tasa interna de retorno TIR	134
3.10.4. Periodo de recuperación de la inversión PRI	135
3.10.5. Relación costo beneficio	136
3.10.6. Análisis de sensibilidad.....	137
IMPACTO SOCIO ECONÓMICO.....	138
CONCLUSIONES	139
RECOMENDACIONES	140
BIBLIOGRAFÍA.....	141
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁG.
CUADRO N° 1: ARTESANOS CONFECCIONISTAS	34
CUADRO N° 2: SEGMENTACIÓN DE MERCADO	43
CUADRO N° 3: POBLACIÓN TOTAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI	44
CUADRO N° 4: POBLACIÓN SEGÚN BARRIOS DEL CANTÓN PUJILÍ	45
CUADRO N° 5: POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA	45
CUADRO N° 6: DISTRIBUCIÓN MUESTRA	48
CUADRO N° 7: CONSUMIDORES CONSTANTES DE ROPA	49
CUADRO N° 8: TIPO DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA	50
CUADRO N° 9: FRECUENCIA DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA	51
CUADRO N° 10: QUE BUSCA A LA HORA DE ADQUIRIR ROPA FOLKLÓRICA	52
CUADRO N° 11: A QUE PROVEEDOR ASISTE DE ROPA FOLKLÓRICA	53
CUADRO N° 12: CONSUMO DE SERVICIOS EN CASO DE CREARSE LA NUEVA EMPRESA.	54
CUADRO N° 13: POSIBLES ATUENDOS A OFERTAR.	55
CUADRO N° 14: EN QUE TIENDA DE ROPA FOLKLÓRICA ALQUILA SU TRAJE TÍPICO.	56
CUADRO N° 15: ESTA DE ACUERDO CON EL SERVICIO QUE PRESTAN LOS LOCALES DE ROPA FOLKLÓRICA.	57
CUADRO N° 16: LUGAR DE PREFERENCIA PARA LA UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA.	58
CUADRO N° 17: PROMEDIO POR FRECUENCIA DE CONSUMO	68
CUADRO N° 18: DEMANDA ACTUAL	69
CUADRO N° 19: CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL.	69
CUADRO N° 20: CÁLCULO DE LA DEMANDA PROYECTADA. (5 AÑOS)	70
CUADRO N° 21: EMPRESAS EXISTENTES	71
CUADRO N° 22: EMPRESAS OFERENTES DE ROPA FOLKLÓRICA	72
CUADRO N° 23: OFERTA HISTÓRICA	75
CUADRO N° 24: CALCULO REGRESIÓN LINEAL VENTA	76
CUADRO N° 25: CALCULO REGRESIÓN LINEAL ALQUILER	76
CUADRO N° 26: OFERTA PROYECTADA	77
CUADRO N° 27: DEMANDA INSATISFECHA ALQUILER	78
CUADRO N° 28: DEMANDA INSATISFECHA CONFECCIÓN	78
CUADRO N° 29: PRECIOS ACTUALES DE ALQUILER ROPA FOLKLÓRICA	79
CUADRO N° 30: PRECIOS ACTUALES DE CONFECCIÓN ROPA FOLKLÓRICA	80
CUADRO N° 31: PRECIOS PROYECTADOS DE ALQUILER ROPA FOLKLÓRICA	81
CUADRO N° 32: PRECIOS PROYECTADOS DE CONFECCIÓN ROPA FOLKLÓRICA	82
CUADRO N° 33: DEMANDA INSATISFECHA ALQUILER	85
CUADRO N° 34: DEMANDA INSATISFECHA CONFECCIÓN	85
CUADRO N° 35: MANO DE OBRA	86
CUADRO N° 36: TAMAÑO PROPUESTO	87

CUADRO N° 37:	PLAN DE PRODUCCIÓN	88
CUADRO N° 38:	MATRIZ DE LOCALIZACIÓN	90
CUADRO N° 39:	PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL ALQUILER DE ROPA FOLKLÓRICA	93
CUADRO N° 40:	DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA CONFECCIÓN DE ROPA FOLKLÓRICA	95
CUADRO N° 41:	TERRENO.	106
CUADRO N° 42:	EDIFICIOS, CONSTRUCCIONES	106
CUADRO N° 43:	EQUIPOS Y MAQUINARIAS	107
CUADRO N° 44:	VEHÍCULO	107
CUADRO N° 45:	MUEBLES Y ENSERES	100
CUADRO N° 46:	GASTOS DE CONSTITUCIÓN.	108
CUADRO N° 47:	GASTOS DE CAPACITACIÓN EMPLEADOS.	108
CUADRO N° 48:	GASTOS DE INSTALACIÓN Y MONTAJE.	109
CUADRO N° 49:	MANO DE OBRA DIRECTA.	109
CUADRO N° 50:	MANO DE OBRA INDIRECTA.	109
CUADRO N° 51:	MATERIA PRIMA DIRECTA.	110
CUADRO N° 52:	MATERIA PRIMA INDIRECTA	110
CUADRO N° 53:	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.	111
CUADRO N° 54:	GASTOS ADMINISTRATIVOS.	111
CUADRO N° 55:	GASTOS DE VENTAS Y PUBLICIDAD	111
CUADRO N° 56:	SUMINISTROS Y MATERIALES	112
CUADRO N° 57:	EQUIPO DE CÓMPUTO Y OFICINA	112
CUADRO N° 58:	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	120
CUADRO N° 59:	INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA	124
CUADRO N° 60:	COMPOSICIÓN DEL FINANCIAMIENTO	125
CUADRO N° 61:	CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN	125
CUADRO N° 62:	PRESUPUESTO DE COSTO ALQUILER	162
CUADRO N° 63:	PRESUPUESTO DE COSTO CONFECCIÓN	127
CUADRO N° 64:	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN ALQUILER	128
CUADRO N° 65:	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN CONFECCIÓN	128
CUADRO N° 66:	PRESUPUESTO DE INGRESOS	129
CUADRO N° 67:	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	130
CUADRO N° 68:	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	131
CUADRO N° 69:	FLUJO DE EFECTIVO	132
CUADRO N° 70:	TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	133
CUADRO N° 71:	CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO	134
CUADRO N° 72:	TASA INTERNA DE RETORNO	135
CUADRO N° 73:	RELACIÓN COSTO BENEFICIO	136
CUADRO N° 74:	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	137

ÍNDICE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁG.
GRÁFICO N° 1: GESTIÓN ADMINISTRATIVA	2
GRÁFICO N° 2: PROCESO ADMINISTRATIVO	5
GRÁFICO N° 3: ETAPAS DE OPERACIÓN	10
GRAFICO N° 4: ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO	27
GRÁFICO N° 5: CONSUMIDORES CONSTANTES DE ROPA FOLKLÓRICA	49
GRÁFICO N° 6: TIPO DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA	50
GRÁFICO N° 7: FRECUENCIA DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA	51
GRAFICO N° 8: QUE BUSCA A LA HORA DE ADQUIRIR ROPA FOLKLÓRICA	52
GRAFICO N° 9: A QUE PROVEEDOR ASISTE DE ROPA FOLKLÓRICA	53
GRAFICO N° 10: CONSUMO DE SERVICIOS EN CASO DE CREARSE LA NUEVA EMPRESA.	54
GRAFICO N° 11: POSIBLES ATUENDOS A OFERTAR	55
GRAFICO N° 12: EN QUE TIENDA DE ROPA FOLKLÓRICA ALQUILA SU TRAJE TÍPICO.	56
GRAFICO N° 13: ESTA DE ACUERDO CON EL SERVICIO QUE PRESTAN LOS LOCALES DE ROPA	57
GRAFICO N° 14: LUGAR DE PREFERENCIA PARA LA UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA.	58
GRÁFICO N° 15: TRAJE DEL SANZANTE DE PUJILÍ	64
GRÁFICO N° 16: DANZANTES Y NOVIAS DEL DANZANTE	65
GRÁFICO N° 17: DEMANDA PROYECTADA DE CONFECCIÓN	70
GRAFICO N° 18: DEMANDA PROYECTADA DE ALQUILER	71
GRAFICO N° 19: MACRO LOCALIZACIÓN	89
GRAFICO N° 20: CROQUIS DE MICRO LOCALIZACIÓN	91
GRAFICO N° 21: TENDIDO DE LA TELA	98
GRAFICO N° 22: TENDIDO DE LA TELA	99
GRAFICO N° 23: CROQUIS DE MICRO LOCALIZACIÓN	100
GRAFICO N° 24: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	104
GRAFICO N° 25: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA CON DIMENSIONES	105
GRAFICO N° 26: LOGOTIPO	113



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y ALQUILER DE ROPA FOLKLÓRICA EN EL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”

Autor:

Rea Cayancela Segundo Rea.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como Objetivo General; Determinar la cantidad de trajes típicos que los habitantes del cantón Pujilí están dispuestos a comprar o alquilar a un determinado precio y conocer el grado de aceptación de una empresa de confección y alquiler de ropa folclórica a ser creada.

Frente a la problemática de un inadecuado manejo técnico de los negocios, el no poder encontrar la cantidad de ropa necesaria, los propietarios llegan al mercado con sus productos en cantidades pequeñas y sin tomar en cuenta los requerimientos del consumidor, por lo que éstos se ven obligados a adquirir en las provincias vecinas como Ambato y Riobamba, lo que demanda más gastos para el consumidor.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el método estadístico. Aportando con un estudio de mercado para identificar los gustos, preferencias y expectativas de los consumidores mediante el análisis de la oferta y la demanda.

Se conoció las preferencias de los consumidores, la frecuencia con la que utilizan, se estableció los aspectos más relevantes del cliente respecto a la competencia, determinando los atributos del producto y estableciendo el canal óptimo de distribución. Siendo factible la creación de una nueva unidad productora de bienes y servicios.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

THEME: PROJECT FEASIBILITY OF CREATING A COMPANY SPECIALIZING IN HOLIDAY FOLK CLOTHING AND TEXTILES IN CANTÓN PUJILÍ, COTOPAXI PROVINCE.

Author:

Rea Cayancela Segundo Alfredo

SUMMARY

The present investigative work has as General Objective; to determine the quantity of typical suits that the inhabitants of the Pujilí canton are willing to buy or to rent to a certain price and to know the grade of acceptance of a making company and rent of folkloric clothes to be created.

In front of the problem of an inadequate handling technician of the business, not being able to find the quantity of necessary clothes, the proprietors arrive at the market with their products in small quantities and without taking into account the consumer's requirement, for what these are forced to acquire in the neighboring counties as Ambato and Riobamba, what demands more expenses for the consumer.

For the research development the statistical method was used. Contributing with a market research to identify likes preferences and the consumer's expectations by means of the analysis of the offer and the demand.

It was known the consumers preference, the frequency with which use, settled down the client's more outstanding aspects regarding the competition, determining the product attributes and establishing the good channel of distribution. Being feasible the creation of a new goods and services unit producer.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CENTRO DE IDIOMAS
Latacunga – Ecuador

CERTIFICADO DEL DOCENTE DE LENGUAJE EXTRANJERO

Yo, Msc. Vladimir Sandoval Vizuete, docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi en el área de Inglés CERTIFICO haber revisado la traducción del resumen de la tesis: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y ALQUILER DE ROPA FOLKLÓRICA EN EL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI** “del postulante Rea Cayancela Segundo Alfredo

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,

MSC. Vladimir Sandoval Vizuete.

C.I. 050210421-9

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas constituyen una fuente trascendental de ingresos económicos para la sociedad ecuatoriana, a través de sus inversiones, es esencial analizar nuevas ideas de negocio y llevarlos a la práctica, adoptando nuevas tecnologías y procedimientos para optimizar el uso de los recursos, de modo que puedan generar productos con estándares de calidad que cubran con las necesidades, expectativas y requerimientos que hoy en día exigen los consumidores a nivel cantonal, provincial, nacional e internacional.

Por lo mencionado anteriormente, la implantación de nuevas empresas de confección y alquiler de ropa folklórica le permitirá al cantón Pujilí, en mediano y largo plazo, disponer de una mayor oferta de atuendos folklóricos, que facilite la captación de nuevos mercados considerando el dinamismo regional, nacional y mundial en la demanda de este tipo de productos o servicios.

Tanto así que el tema de investigación se refiere a un: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi”

Un investigación de mucha importancia, ya que es un proyecto de emprendimiento, con la oportunidad de crear nuevas cosas, y fuerte motivación para crear una empresa al servicio del consumidor dependiendo de sus necesidades.

De actualidad, porque se enmarca en un proyecto de inversión, que se desarrolla en torno a la realidad y como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio y servicio al usuario.

Es una novedad científica, ya que el estudio de la temática se lo realiza por primera vez, no existen proyectos de esta índole realizados en el cantón Pujilí.

Todo este trabajo de investigación nace de la problemática, referente a un inadecuado manejo técnico de los negocios de alquiler y confección de ropa folklórica, el no poder encontrar la cantidad de ropa necesaria, los propietarios llegan al mercado con sus productos en cantidades pequeñas y sin tomar en cuenta los requerimientos del consumidor, por lo que éstos se ven obligados a adquirir en las provincias vecinas como Ambato y Riobamba, lo que demanda más gastos para el usuario

El presente trabajo investigativo tiene como Objetivo determinar la cantidad de trajes típicos que los habitantes del cantón Pujilí están dispuestos a comprar o alquilar a un determinado precio y conocer el grado de aceptación de una empresa de confección y alquiler de ropa folclórica a ser creada.

Determinando si la cantidad de trajes típicos que los habitantes del cantón Pujilí están dispuestos a comprar o alquilar a un determinado precio es suficiente y conocer el grado de aceptación de una empresa de confección y alquiler de ropa folclórica a ser creada.

Las variables utilizadas son: Los trajes típicos a comprar o alquilar y la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica.

La población investigada corresponde a 264 pobladores del sector urbano y rural del cantón Pujilí, luego de realizar el proceso de muestreo del Universo Total.

Es una investigación de campo, de carácter cuanti-cualitativa, y se enmarca dentro de los parámetros de un proyecto factible.

El método que se utilizó fue el estadístico tanto descriptivo como inferencial, que ayudó a la comprensión del trabajo de investigación realizado.

Las técnicas aplicadas fueron la observación directa, la encuesta, con su respectivo instrumento como es el cuestionario.

Para una mejor comprensión del trabajo, se desarrolló tres capítulos:

El Primer Capítulo se refiere a: Fundamentos teóricos del objeto de estudio como es: Gestión Administrativa. Proyectos. Estudio de Mercado. Estudio Técnico. Estudio Económico. Evaluación Financiera y Antecedentes Industriales.

En el Segundo Capítulo: se aborda principalmente el estudio de mercado, es decir se realiza una investigación de los potenciales clientes que la empresa tendrá, enfocada a dar soluciones a la falta de proveedores de ropa folklórica en el cantón Pujilí y en la provincia.

Además con el estudio de mercado se detectara la preferencia del consumidor que necesita de ropa folklórica y por consiguiente determinar los canales de distribución.

En el Tercer Capitulo se enfoca básicamente a la determinación del tamaño y la ubicación de la futura empresa, tomando en cuenta a la factibilidad de acceso, comercialización, entre otros, se deberá a demás cual va ser e proceso de producción que se inicia desde el proveedor, producción, almacenamiento y canales de distribución. Se considerara también el número de personal con el que contara la empresa.

Otro punto específico que se abarca en el capítulo es la asignación del nombre o Razón Social de la empresa, su constitución jurídica, su misión y su visión.

Además se realiza un enfoque minucioso y detallado en diferentes cuadros los gastos en los que se incurrirán para la creación de esta empresa así como también se establece el margen posible de utilidad que generara la futura empresa.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Gestión Administrativa

El encuentro de nuevas generaciones con el conocimiento y la tecnología de una determinada empresa se dan por medio de una organización y en especial por medio de administradores o gerentes.

Por esta razón la organización es el medio de transferencia con el conocimiento, además es un medio de subsistencia y satisfacción personal, mediante un buen liderazgo que contribuya al trabajo en equipo para la superación de inconvenientes futuras dentro de la organización.

La gestión administrativa es un argumento interesante porque se refiere a la preparación, exploración, logro de objetivos y metas que se plantea.

Todos ponemos en práctica la administración en algún momento de nuestra vida, es decir en las diferentes etapas que como seres humanos lo hemos desarrollado hasta la actualidad, como son: el jardín, escuela, colegio, universidad con nuestra familia y finalmente se administra también cuándo convivimos en la sociedad en la que se desenvuelve diario.

Tomando esto como referencia, la investigación se incursiona en el campo de la administración desde distintas dimensiones; se crea también la necesidad de buscar argumentos que permitan comprender mejor el significado de este término.

1.1.1 Definición de Gestión Administrativa

Según STONER, James (1996: pág. 7) manifiesta que la Administración “es un proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo del miembro de la organización y de usar los recursos disponibles de la organización para alcanzar las metas establecidas”.

Entonces se puede inferir que la gestión administrativa es un conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización.

También se debe tomar en cuenta que la gestión administrativa dependen los resultados finales de cualquier tipo de organización, tiene un propósito fundamental, lograr alcanzar los objetivos y metas de la organización de manera eficiente y eficaz; es decir tratando de emplear en sus actividades la menor cantidad de recursos tales como humanos, financieros, materiales, tecnológicos, y que brinde a la sociedad un producto terminado de calidad enfocado a las necesidades de un mercado meta específico.

Una buena administración garantiza un correcto proceso administrativo enfocado a la consecución de objetivos comunes enmarcados en sus funciones como son: Planificación, Organización, Dirección y Control.

GRÁFICO N° 1: GESTIÓN ADMINISTRATIVA



Fuente: www.asesoriaayc.files.wordpress.com
Elaborado por: El Investigador

Al respecto CAROD Miguel (pág. 148).manifiesta que. "La gestión administrativa es la acción y efecto de gestionar o de administrar, es ganar, es hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera, tomando en cuenta al conjunto de actividades de dirección y administración de una empresa, logrando coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos.

1.1.2 Proceso Administrativo

Según STONER James A., F. (1996). "Proceso administrativo es la combinación de las actividades que realiza la planificación, la organización, la dirección y el control de una empresa"

“En su concepción más sencilla se puede definir el proceso administrativo como la administración en acción, o también como:

El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

Cuando se administra cualquier empresa, existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos, y otra operativa, en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración.

A estas dos fases se les llama: mecánica y dinámica de la administración. Para este autor la mecánica administrativa es la parte teórica de la administración en la que se establece lo que debe hacerse, y la dinámica se refiere a cómo manejar el organismo social” Según la página web:

http://www.angelfire.com/zine2/uvm_lce_lama/padmon.htm. Consultado el 28 de septiembre del 2012. Proceso administrativo.

Por lo tanto cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización.

1.1.3 Importancia de la Gestión Administrativa

La importancia de la gestión administrativa se halla en interrelacionar actividades y procesos de forma oportuna, efectiva y eficaz para la consecución de objetivos organizacionales, buscando siempre la innovación y adaptabilidad en el mercado. De esta manera se puede lograr una ventaja competitiva garantizando la consecución de los objetivos planteados.

En el libro Fundamentos Administrativos de STEPHEN Robbins, (2009) enuncia que según TAYLOR Federico (Pág. 14). "La gestión administrativa es considerada como el liderazgo de equipo para cumplir con la misión institucional, dando apoyo a las funciones administrativas, con creatividad, innovación y alta calidad. La gestión administrativa consiste en velar por el crecimiento de las organizaciones, su desarrollo sostenible, la correcta asignación y uso de los recursos, el mejoramiento continuo de los servicios y procesos, la actualización y el cumplimiento de las políticas administrativas; en otras palabras, hacer realidad la visión de la institución".

Una buena administración es importante, ya que ayuda a promover un ambiente de trabajo agradable donde la ética, el trabajo en equipo, la disciplina y el compromiso se consideran aspectos esenciales para el cumplimiento de los objetivos institucionales, todo esto se puede lograr mediante la aplicación de las funciones de la administración tales como: misión, visión, principios, valores, estrategias claramente establecida y un plan estratégico de desarrollo institucional que mantenga coherencia con la misión.

Necesario seguir un proceso administrativo de planificación, organización, dirección y control que conlleve a que todos los involucrados en una organización o empresa se apropien de la misma para logara la obtención de los planes, programa, objetivos y metas planteadas.

1.1.4 Proceso Administrativo

Un proceso administrativo se considera a la combinación e interrelación de las funciones de administrativas como se puede observar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 2: PROCESO ADMINISTRATIVO



Fuente: www.asesoriaayc.files.wordpress.com
Elaborador por: El Investigador

1.1.4.1. Planificación.

Según TERRY & FRANKLIN: (pág. 56-63). "Después de que la dirección y formato de las acciones futuras ya hayan sido determinadas, el paso siguiente para cumplir con el trabajo, será distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo. Esta distribución del trabajo esta guiado por; la consideración de cosas tales como, la naturaleza de las actividades componentes, las personas del grupo y las instalaciones físicas disponibles"

El Investigador manifiesta que la planificación es el proceso en donde la alta gerencia ordena y distribuye el trabajo de cada uno de los elementos que intervienen dentro de un proceso de producción, tomando en cuenta el organigrama estructural con la que la empresa se desenvuelve.

En sí la planificación, es un proceso que se ocupa de reunir información y utilizarla para el desarrollo y elaboración de las acciones y actividades de la organización.

En su sentido más amplio y corriente, planificar significa diseñar un futuro deseado y los cursos de acción efectivos para lograrlo, esto ayuda a la toma de decisiones que constituye la esencia de la Administración, pero esta se lleva a cabo en un ambiente de incertidumbre.

1.1.4.2. Organización.

Según TERRY & FRANKLIN. (Págs. 56-63). "Después de que la dirección y formato de las acciones futuras ya hayan sido determinadas, el paso siguiente para cumplir con el trabajo, será distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo. Esta distribución del trabajo esta guiado por la consideración de cosas tales como la naturaleza de las actividades componentes, las personas del grupo y las instalaciones físicas disponibles".

Entonces la organización es la parte de la administración y nos ayuda a integrar y coordinar los recursos humanos, materiales y financieros de que se dispone una empresa, con la finalidad de alcanzar un objetivo dado con la máxima eficiencia, considerando sus elementos esenciales con los que interactúan.

1.1.4.3. Dirección

Para BUCHELE Robert B. (2006: Pág. 56) "La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas. Esta etapa del proceso administrativo comprende la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados

mediante la comunicación, la supervisión y la motivación"

Se puede interpretar como puesta en marcha de las competencias que talento humano posee para una toma de decisión adecuada que beneficie a la organización al mismo tiempo nos ayuda a coordinar el cumplimiento de las órdenes emitidas.

1.1.4.4. Control

Para STONER James A., F. (1996: Pág. 96). "El control puede definirse como el proceso de vigilar actividades que aseguren que se están cumpliendo como fueron planificadas y corrigiendo cualquier desviación significativa. Todos los gerentes deben participar en la función de control, aun cuando sus unidades estén desempeñándose como se proyectó. Los gerentes no pueden saber en realidad si sus unidades funcionan como es debido hasta haber evaluado qué actividades se han realizado y haber comparado el desempeño real con la norma deseada"

Analizando la cita el control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores para poder rectificados e impedir que se produzcan nuevamente.

1.2 Proyectos

Según BACA Urbina Gabriel (2006: Pág. 32), dice: "un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana."

Es decir, un proyecto constituye una serie de ideas de negocio, donde se toma en cuenta y se desarrolla los principales aspectos técnicos y científicos para su elaboración. Se puede definir también al proyecto como un conjunto de pasos, etapas y actividades sistémicas que se deben cumplir para ejecutar una idea

encaminada a dar solución a un problema existente en la sociedad y alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto y un lapso de tiempo previamente definidos. Para sacar en marcha la gestión de proyectos se debe aplicar conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades correlacionadas entre sí para logro efectivo del mismo.

Al respecto COHÉN E. (Pág. 122) proyecto es: "El fin primario de desarrollar un proyecto debe ser producir un programa calendario en el cual los recursos, siempre limitados, se asignen a cada una de las actividades en forma económicamente óptima. En cuanto al objetivo del proyecto, este puede ser sencillo y no demandar ni muchas tareas ni demasiados recursos; o por el contrario, puede ser complejo y exigir múltiples actividades y una gran cantidad de recursos para poder alcanzarlo"

Entonces un proyecto es la búsqueda de una medida inteligente con relación a un problema existente en el mercado, que con un estudio adecuado y en plazo determinado se dará solución mediante la combinación de los recursos existentes. En la organización nos ayuda a medir y cuantificar los requerimientos, necesidades y expectativas de la sociedad, creando en el inversionista la garantía o no de obtener rendimiento a corto, mediano o largo plazo de su inversión.

1.2.1 Etapas de un Proyecto de Inversión

Para SAPAG Chain Nassir. (2007: Págs. 95, 96, 97) los proyectos de inversión identifican cuatro etapas básicas:

1.2.1.1. La Etapa de la Idea:

Corresponde al proceso sistemático de búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o de posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa, el cual surge de la identificación de opciones de solución de problemas e ineficiencias internas que pudieren existir o de las diferentes formas de enfrentar las oportunidades de negocio que se pudieren presentar.

Las crisis económica y la necesidad de superación permite que las personas busque nueva forma de vida, una de posible solución el incorporar al mercado un nuevo negocio que ayude a cubrir las necesidades de la sociedad.

1.2.1.2. La Etapa de la Pre Inversión:

Corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos, la que se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y la calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

En esta etapa permite realizar una investigación de factibilidad basándonos en la información secundaria que ayude a establecer la nueva idea de negocio y los requerimientos del mercado hacia donde debemos enfocarnos.

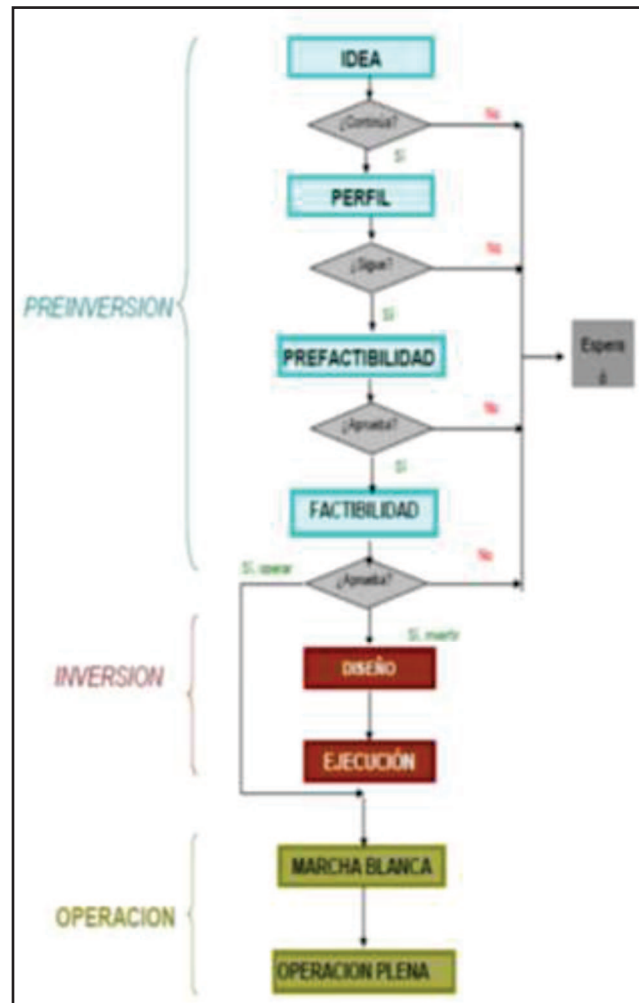
1.2.1.3. La Etapa de Inversión:

Corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha, para de esta manera garantizar al inversionista u organización la viabilidad positiva y que el periodo de recuperación este en el periodo de tiempo que se establece en el proyecto de factibilidad esto se lograra con la optimización de los elementos de producción que en el intervienen.

1.2.1.4. La Etapa de Operación:

Es aquella en la que la inversión ya materializada está en ejecución.

GRÁFICO N° 3: ETAPAS DE OPERACIÓN



Fuente: <http://conocimientoysistemas.wordpress.com>
Elaborado por: El Investigador

1.2.2 Proyecto De Factibilidad

Según CORDOBA Padilla Marcial. (2006: Pág. 21): “El proyecto de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.

La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar, exponiendo así, las ventajas y desventajas de establecer o ampliar un negocio”

Proyecto de factibilidad ayuda a descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego a determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos tomando en cuenta la disponibilidad o no de los recursos para lograr establecer las ventajas y desventajas de crear o ampliar un negocio.

Es una herramienta que permite realizar un análisis profundo y determinar si un proyecto es rentable o no, ayuda también a la toma de decisiones de una forma optima para garantizar una inversión adecuada en una idea de negocio, cuenta con información amplia que avale la prosperidad de la futura empresa y de esta manera pueda contribuir al adelanto socio económico de un país.

Entonces el proyecto de factibilidad es un conjunto de etapas y pasos ordenados para alcanzar objetivos de la organización y determinar la factibilidad económica, financiera y técnicas para la creación de una nueva empresa o negocio, enfocados a cubrir las necesidades, requerimientos y expectativas de un mercado y generar efectos e impactos en la población hacia donde está enfocado el producto o servicio que se pretende ofertar. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

Para la elaboración de un Proyecto de Factibilidad se debe considerar tres etapas ordenadas:

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Estudio financiero.

1.3 Estudio de Mercado

Para RAMIREZ Elbar, CAJIGAS Margot. (2004: Pág. 119): "Estudio de mercado es la función que recopila, registra y analiza datos en relación con un segmento de mercado, al cual la empresa ofrece sus productos. Con el propósito de conocer su

opinión sobre todo aquello que se requiera para superar las expectativas del cliente"

El estudio de mercado es la etapa inicial que la empresa desarrolla, significa tomar información sobre las variables del mercado en base de esto, tener un conocimiento pleno del mercado al que se pretende ingresar, a través del análisis de la demanda en la que se determina el grado del consumo del mercado meta de un determinado producto: análisis de la oferta es la cantidad de producto, bienes y servicios que los productores desean poner en el mercado, en base al análisis de la demanda y oferta obtiene una demanda insatisfecha de la misma manera es necesario realizar un análisis de precios, e identificar los canales de distribución.

El estudio de mercado se puede considerar como un análisis completo de los requerimientos de los posibles clientes dentro de un mercado, es decir nos permite conocer los gustos y preferencias a los que debe enfocar una buena exploración de datos.

Se puede indicar también que el Estudio de Mercado es análisis sustentado de los productos y servicios ofertados o demandados en el mercado, partes importantes para la ejecución de un proyecto de factibilidad, ya que proporciona información minuciosa y relevante a cerca de las especificaciones de los componentes que interactúan en el mercado.

El estudio del mercado está compuesto por variantes de mercado, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y factores que influyen en su comportamiento. Esta busca probar que existe un número suficiente de consumidores que en determinadas condiciones, presentan una demanda insatisfecha que garantice la inversión en un proyecto de factibilidad de un bien o servicio durante cierto período de tiempo.

Al respecto BACA URBINA Gabriel, (2006: Pág. 2) dice, "con este nombre se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta

básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización.”

El estudio de mercado es tomar toda la información necesaria que tiene que ver con la iniciación del negocio, analizando en esta parte todas las variables de mercado que son: demanda, oferta, precio, canales de distribución, las mismas que dará al investigador información clara y precisa para evaluar la idea de negocio en camino.

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

Al respecto FERRÉ José María. (1997: Pág. 56) dice “el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”

Para que la Investigación de mercado sea completo se debe desarrollar un análisis del mercado que consta de:

- Análisis de la demanda.
- Análisis de la oferta.
- Análisis de los precios.
- Análisis de la comercialización”

1.3.1 Mercado

Según FISHER Laura y ESPEJO Jorge (2002: Pág. 21) "Es el lugar donde se llevan a cabo las transacciones económicas, es decir, es el lugar donde concurren demandantes y ofertantes".

Se puede considerar al mercado como un ambiente social o virtual la misma que facilita el proceso de acuerdos intercambio de un bien o servicio, por otro lado se puede detallar que el mercado es el espacio donde ofertantes y demandantes desarrollan sus actividades mercantiles o transaccionales.

1.3.2 Segmentación del Mercado

Según SCHIFFMAN Leon G. (2006: Pág. 50). "La segmentación es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los posibles consumidores de nuestro bien o servicio".

Por tal razón, la segmentación de mercado es un proceso que permite dividir o agrupar a usuarios o consumidores que posean características homogéneas tales como edad, sexo, nivel de ingreso, ubicación, lugar de residencia o región entre otros.

1.3.3 Análisis de la Demanda

La razón fundamental por la que se realiza un análisis justo y necesario de la demanda, es establecer con claridad las fuerzas que interviene y afectan los requerimientos del mercado, por otro lado también nos ayuda a determinar con precisión la posibilidad de participación del bien o servicio en el mercado.

El análisis de la demanda nos ayuda a medir y determinar las principales fuerzas que afectan en un bien o servicio con relación a cada uno de los requerimientos del mercado.

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir, se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, que poseen ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento en el futuro.

BACA Urbina Gabriel, (2006) manifiesta “se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio demandado”.

La demanda que no puede cubrir las empresas existentes en el mercado, se lo considera demanda insatisfecha y es el mercado hacia donde enfoca la producción que realizará la nueva empresa, estableciendo con claridad, que el producto debe cubrir los gustos, deseos, capacidad económica y otras características esenciales de un segmento de mercado futuro.

Para Según SCHIFFMAN Leon G. (2006: Pág. 55): "La demanda es la relación que muestra las distintas cantidades de un bien o servicio que los compradores o consumidores desean y serán capaces de adquirir a precios alternativos durante un período de tiempo"

Según FISHER Laura ,ESPEJO y Jorge (2002: Pág. 240): "En términos generales, la demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos"

Con un correcto análisis y cuantificación de la demanda se determinara la demanda satisfecha o insatisfecha existente.

1.3.4 Análisis de la Oferta

En la investigación es necesario tomar en cuenta los factores que se interponen en el ambiente económico, para el análisis tanto de la demanda como de la oferta, dentro de la oferta se puede detallar ofertas competitivas, ofertas oligopólicas y monopólicas las cuales estas relacionadas con el número de oferentes.

La oferta estudia la cantidad de producto o servicio que proveen los productores y que se va a ofrecer en el mercado.

Esto se logra analizando las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes teniendo en cuenta la situación actual y futura con el propósito de determinar y medir la cantidad y condición de la situación económica de la sociedad y la disponibilidad para su uso. Tomando en cuenta el grado de competencia del sector.

Para BACA URBINA Gabriel, (2006: Pág. 92) “oferta es la cantidad de bien o servicio que un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Tanto al análisis de la demanda como del análisis de la oferta debe estar fundamentadas en fuentes de información secundaria siempre y cuando existan empresas que produzcan este tipo de producto, si no el investigador deberá basarse en una fuente de información primaria mediante la aplicación de las técnicas de investigación como son la observación, encuesta y entrevista. Las mismas nos brindarán datos importantes sobre el número de productores, localización con exactitud de la empresa, su capacidad, precio y planes a corto, medio y largo plazo.

Para la proyección de la oferta de un mercado es necesario apoyarnos en los datos anuales que nos brindan el Producto Interno Bruto de nuestro país ya que tiene coeficiente de relación de más cercano al desarrollo del proyecto de factibilidad

Para MIRANDA Miranda Juan José. (2006: Pág. 102): "Oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros"

Una vez obtenidos los datos de la oferta y la demanda y con proyección mínima a cinco años se puede establecer la demanda insatisfecha en el tiempo determinado anteriormente.

1.3.5 Demanda Insatisfecha

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta una parte o en su totalidad en los años futuros por un nuevo bien o servicio, dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Esto sirve de base para pronosticar que parte de la demanda insatisfecha será cubierta por un nuevo proyecto de factibilidad.

FISHER Laura y ESPEJO Jorge (2002: Pág. 60) manifiestan que: "Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él"

La demanda insatisfecha es aquella en la que los proveedores no han logrado cubrir o satisfacer las necesidades de los consumidores, ya sean estas de bienes o servicios, es decir es aquella en la cual los proveedores van a encaminar sus productos o servicios para cubrir las necesidades no satisfechas.

1.3.6 Análisis de Precios

La ley de la oferta y la demanda generalmente es la que establece el precio de un bien o servicio en el mercado, pero una empresa competitiva con una correcta administración y un óptimo proceso de producción puede establecer en el mercado un precio totalmente competitivo logrando que la empresa posea una ventaja con relación a otras.

Según BACA Urbina (2005: Pág. 94), "es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio".

Se analizan los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto. El análisis de precio consiste en buscar la cantidad monetaria adecuada en base a un estudio de precios históricos de los productos de características similares, efectuada en relación entre el precio histórico, actuales y proyectados, garantizando la aceptación del nuevo producto. Se considera uno de los elementos principales al momento de seleccionar un producto.

FISHER Laura y ESPEJO Jorge (2002: Pág. 28).dice: "El precio es el valor de los bienes y servicios expresado en dinero, determinado por las fuerzas de la demanda y la oferta dentro del mercado"

El costo de producción, condiciones económicas, la relación de dependencia, el comportamiento del vendedor, las estrategias del mercadeo y el control de precios son factores que se debe tomar en cuenta al momento de realizar un análisis de precios.

Una de las formas más adecuadas de establecer un precio después del análisis respectivo, es el precio promedio, el cual nos facilita para realizar la proyección de una forma adecuada.

1.3.7 Análisis de la Comercialización

BACA Urbina Gabriel (2006: Pág. 165) detalla que “entre el productor y consumidor final existen varios intermediarios, cada uno con ganancia de 25% a 30% del precio de adquisición del producto...”.

Por lo que el análisis de comercialización tiene la misma o mayor importancia que el análisis de la demanda u oferta, ya que de esto depende la competitividad del bien o servicio en el mercado.

Este es conjunto de actividades relacionadas con el producto, la empresa y el consumidor final que ayuda y garantiza la distribución y la fácil accesibilidad de una manera eficiente y eficaz y que pueden generar costes para el proyecto.

Un precio muy bien establecido garantiza que la empresa tenga mayores ventas y la búsqueda de nuevos canales de distribución, además que el servicio o producto llegue a las manos del consumidor final sin tantos intermediarios ya que éstos elevan el costo final de mismo.

BACA Urbina Gabriel (2006: Pág. 166) considera que la comercialización: “es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

Los canales de distribución son las rutas que el producto recorre hasta llegar al consumidor final, porque es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la empresa hasta que llega al usuario y hay que determinar si se va a utilizar publicidad, empaques, servicio al cliente, transporte y los costos que esto ocasiona.

1.4 Estudio Técnico

Según BACA Urbina Gabriel (2006 Pág. 167). "El estudio técnico comprende en realizar un análisis netamente operativo de la localización óptima del proyecto, así como también permitirá desarrollar los procesos claves de su ejecución. En este estudio, se describe que proceso se va a usar y cuánto costara todo, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos."

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la aspectos básicos del producto o servicio que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta, el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar la empresa al momento de su creación. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

El estudio técnico en un proyecto de factibilidad o de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto, ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

Un proyecto de factibilidad debe mostrar, en su estudio técnico, las diferentes alternativas para la elaboración o producción del bien o servicio, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende la necesidad de maquinaria y equipo propio para la producción, así como mano de obra calificada para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y herramientas necesarias para desarrollar el producto o servicio de manera óptima, así como establecer un análisis de la estrategia a seguir para administrar la capacidad del proceso para satisfacer la demanda. Con ello se tiene una base para determinar costos de producción, los costos de maquinaria y con los de mano de obra.

En el proyectos de factibilidad se realiza en un primer momento el estudio de mercado donde se muestran las tendencias de la demanda, a partir de la identificación de las necesidades de los clientes reales y potenciales, la oferta real y proyectada del producto o servicio, así como la comercialización y la determinación de los precios de venta; a partir de estos elementos el siguiente momento es realizar el análisis del estudio técnico el cual proporciona información cuantitativa para determinar el monto de la inversión y los costos de operación necesarios para su desarrollo.

El estudio técnico de un proyecto de factibilidad consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio.

Así, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un

proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

La segunda herramienta que se debe desarrollar en el proceso de elaboración de un proyecto de factibilidad es el estudio técnico, ya que determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

Al respecto BACA Urbina Gabriel, (2006: Pág. 169), define al Estudio Técnico como “El análisis y la determinación de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto...” “... puede dividirse a su vez en cuatro partes, que son determinar el tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización, óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo”.

1.4.1 Tamaño

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

A continuación detallo los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto.

1.4.1.1. Identificación de la Demanda

El estudio de mercado entre otras cosas, tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la demanda real, potencial y la proyectada basándose en su investigación de mercado. De ahí que la demanda es un factor importante para condicionar el tamaño del proyecto, ésta puede ser mayor al proyecto, igual o bien quedar por debajo, o sea que la proporción de demanda real y potencial

puede ser mayor a la proporción de producción que tendrá el proyecto; puede ser también igual si la demanda real y potencial se ve satisfecha con la capacidad de producción del proyecto, finalmente puede quedar por debajo que consiste en ver a la demanda muy pequeña en relación con la capacidad de producción del proyecto.

Identificada la demanda real o potencial, se puede hacer la proyección respectiva de los requerimientos para la producción del bien que desea implementar al mercado.

1.4.1.2. Identificación de los Insumos y Suministros del Proyecto

En este punto se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas que se requiere para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldado por cotizaciones para establecer un compromiso. En el desarrollo de este elemento se recauda la información necesaria para el análisis del tamaño óptimo del proyecto.

1.4.1.3. Identificación de la Maquinaria, Equipo, Tecnología

Para identificar la maquinaria y equipo que se requerirá en el proyecto, es importante tomar en cuenta todos los elementos que involucren a la decisión. La información que se obtenga será necesaria para la toma de decisiones y para las proyecciones ya que es importante considerarla dentro de la inversión del proyecto. Ya que ayuda a identificar los elementos mínimos para la determinación de la maquinaria y equipo, mismo que será respaldado por una cotización que señalará además las dimensiones del bien, su capacidad, costo de mantenimiento, consumo de energía, infraestructura necesaria para su habilitación, los cuales aportarán información relevante.

1.4.1.4. El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento:

Para este análisis se sugiere realizar un balance entre el monto necesario para el desarrollo del proyecto y lo que pudiera arriesgar para financiarlo, pues se tiene que conocer las diferentes fuentes de financiamiento y el rendimiento que dicho proyecto tendría para identificar un beneficio económico, en la implantación del proyecto y en caso contrario volver a realizar el análisis y determinar el tamaño necesario que proporcione una utilidad para los inversionistas. En otras palabras identificar si puede cubrir la inversión con fuentes internas, con externas o ambas.

El tamaño de la planta de producción hace referencia a la disponibilidad de los recursos: tales como materia prima, mano de obra que se utilizará en la nueva empresa, así como también las bondades del avance tecnológico el cual es necesario para generar producción, analizado lo antes mencionado tendremos como resultado un tamaño adecuado y necesario para la empresa.

Al respecto BACA Urbina Gabriel (2006: Pág. 171) dice: “el tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”

1.4.2 Análisis Localización Óptima del Proyecto

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

La localización es seleccionar el área o región en donde se intenta desarrollar el proyecto, analizando algunos factores tales como: demográficos, psicográfico, sociales y políticos, que permita la fácil accesibilidad del producto.

1.4.3 Ingeniería del Proyecto

Con el avance y desarrollo de la ciencia y la tecnología, podemos establecer procesos productivos automatizados y manuales. Dicho procedimiento técnico sirve para obtener los bienes o servicios a partir de los insumos, los insumos se los considera como elementos que están encaminados a sufrir una serie de transformaciones mediante un conjunto de operaciones manuales o por medio de maquinarias, y se lo realizará mediante la representación gráfica del diagrama del flujo de procesos.

1.4.3.1. Procesos Productivos o Producción

ANAYA Tejero Julio Juan. (2007. Pág. 6) manifiesta que "En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio."

El proceso de producción que la empresa va a ejecutar deber estar enfocado al empleo de los elementos que en él interviene de una manera adecuada y óptima para en el futuro evitar los cuellos de botellas o posibles inconvenientes que se pueda detectar en cada uno de los procesos de fabricación, para una correcta planificación y de detalle del proceso que se va a seguir podemos utilizar diagramas de flujo, que describa con claridad su operación, transporte, demora, almacenamiento, inspección u operaciones combinadas, las mismas ayuda a la preparación gráfica del proceso.

1.4.3.2. Distribución de la Planta

Para DE LA FUENTE García David, FERNÁNDEZ Quesada Isabel. (2005: Pág. 5) es: "Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un

lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar”

Se puede analizar que la distribución de planta es la repartimiento adecuado del área disponible para el funcionamiento de la empresa tomando en cuenta el proceso de producción que se va a realizar, es decir que la materia prima en proceso de producción mantenga un reducido recorrido, ya que de esta manera se evitaría inconvenientes futuros.

Por otra parte es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del proyecto, como lo es la maquinaria, equipo, personal, materia prima, almacenamiento, entre otros; que deben ser tomados en cuenta para el buen funcionamiento de la Empresa.

Una de las razones fundamentales de realizar una distribución adecuada es identificarlos espacios y recorridos que permitan que los materiales y las personas se encuentren seguros y bien establecidos.

1.4.3.3. Requerimientos del Proyecto

DE LA FUENTE García David, FERNÁNDEZ Quesada Isabel. (2005: Pág. 5) manifiestan que: "En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer el proyecto" (pág. 12)

Es uno de aspectos necesarios, ya que se detalla con exactitud las exigencias que la empresa va a necesitar para su puesta en marcha, esto tiene una estrecha

relación con la capacidad productiva de la misma, debemos cuantificar la tecnología, el recurso humano, materia prima, maquinaria y los factores indirectos que intervienen en el proceso de producción, como un nuevo horizonte.

1.5 Estudio Económico

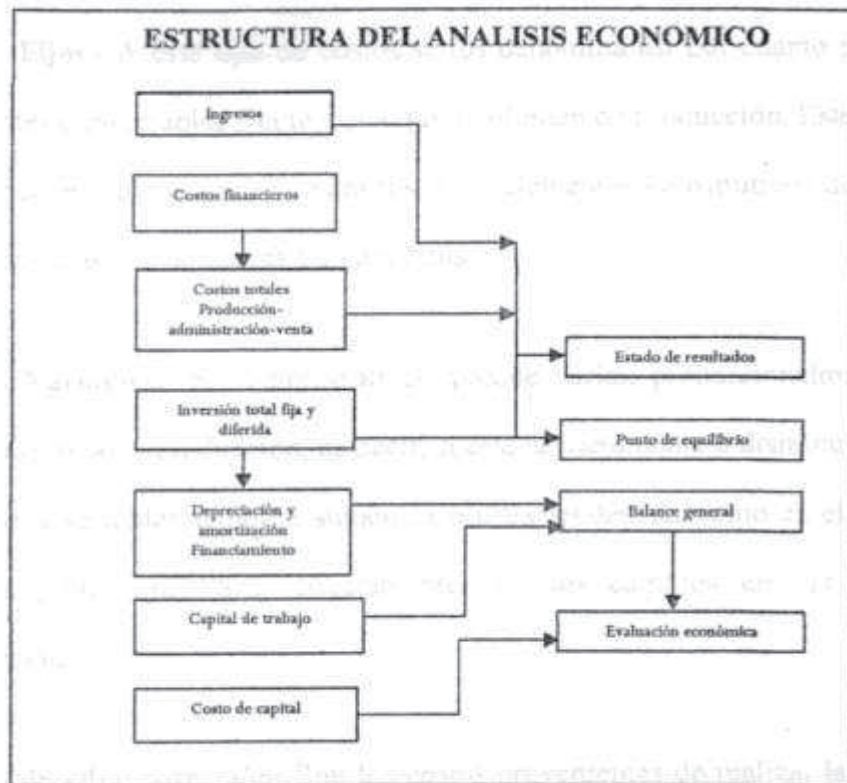
1.5.1 Definición del Estudio Económico.

BACA Urbina Gabriel (2006: Pág. 171) dice que “su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona en las etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”

Con este análisis lo que se pretende es especificar de una forma cuantitativa el monto monetario que se empleará o que el proyecto va a incurrir para su operación, esto debe englobar los valores requeridos para la producción administración y ventas.

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. En el siguiente cuadro podemos observar el proceso de análisis económicos que se va a realizar:

GRAFICO N° 4
ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO



FUENTE: www.asesoriaayc.files.wordpress.com
ELABORADO POR: Segundo Rea

1.5.2 Inversión Inicial

La inversión inicial se puede clasificar en dos conceptos claramente diferenciados, por un lado la inversión destinada a la adquisición de activos fijos (activos no corrientes) y alta de suministros necesarios para el inicio de la actividad y, por otro, la liquidez necesaria (provisión de fondos) que se requiere para mantener la actividad empresarial hasta que el negocio pueda aportar fondos para hacer frente a los compromisos financieros (activos corrientes).

1.5.3 Inversión Fija

La inversión fija está formada por todos aquellos bienes tangibles que son necesarios adquirir inicialmente y durante la vida útil del proyecto, para cumplir con las funciones de producción, comercialización, distribución de los productos a

obtener. Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización.

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación.

1.5.4 Inversión Diferida

Es el conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, se caracteriza por la inmaterialidad de los bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: servicios necesarios para el estudio e implantación del proyecto, asistencia técnica, marcas, gastos preparativos y de instalación y puesta en marcha. Su cálculo depende de los precios corrientes existentes en el mercado, los mismos que se han obtenido a través de consultas técnicas y legales.

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

1.5.5 Capital de Trabajo

Para BACA Urbina Gabriel (2006: Pág. 136) "Se llama capital de trabajo o circulante el patrimonio en cuenta corriente que necesitan las empresas para atender las operaciones de producción o distribución de bienes o servicios o de ambas".

Por lo tanto la inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto, cuya función consta en

financiar el desfase que se produce entre los egresos y la generación de ingresos de la empresa, o bien, financiar la primera producción antes de percibir ingresos.

En este sentido, el capital de trabajo necesario para poner en marcha el proyecto, consta de tres rubros principalmente: materia prima, insumos y mano de obra.

1.5.6 Punto de Equilibrio.

Según DE LA FUENTE García David. (2008: Pág. 176): "El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, los costos variables y los beneficios. Es el método llamado también análisis de costo - volumen - utilidad, sirve para determinar el volumen de ventas en el cual la empresa cubre todos los costos sin ganar ni perder dinero"

Entonces el punto de equilibrio, es el nivel de producción que deberá mantener una empresa para cubrir todos sus costos de operación, sin incurrir en pérdidas o utilidades.

El nivel de equilibrio se alcanza cuando los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables, siendo ese el nivel en el cual no se pierde ni gana dinero.

Su principal utilidad consiste en que se puede calcular el punto mínimo de producción al que debe operar la empresa para no contraer pérdidas; al igual que determinar el nivel al que tendrá que producir y vender un bien o servicio, para que el beneficio que ello genere sea suficiente para cubrir todos sus costos de producción.

1.5.7 Depreciación y Amortización

Otro costo que debe ser tomado en cuenta como parte de los egresos del proyecto, aunque en este caso, de manera independiente; es el referente a la depreciación y amortización de activos.

El primero aplicado solamente a la inversión en obra física y al equipamiento como un costo contable, que será de utilidad para un pago menor de impuestos y como una forma de recuperación de la inversión por los activos fijos mencionados.

El método empleado para su cálculo es el llamado Método Fiscal de Línea Recta que implica el uso de tasas de depreciación y amortización de activos, designadas por la Ley del Impuesto Sobre la Renta, que se aplican a los activos fijos y diferidos de un proyecto.

Bien, queda claro que tanto la depreciación y la amortización tienen como objetivo reconocer el desgaste y/o agotamiento que sufre todo activo al ser utilizado por la empresa para el desarrollo de su objeto social, y por consiguiente en la generación del ingreso. Por lo tanto ayuda a dar direccionalidad económica para establecer el porcentaje de recuperación de la inversión.

1.6 Evaluación Financiera

El estudio financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que encuentra de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en el Estudio Técnico, que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha y determinación del costo total requerido en su periodo de operación o funcionamiento.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los Ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos.

El análisis de los estados financieros se refiere al cálculo de razones para evaluar el funcionamiento pasado, presente o futuro de la entidad. El análisis de razones es la forma más usual del análisis financiero y ofrece las medidas relativas al funcionamiento de la empresa mediante la utilización de los datos contenidos en los Estados Financieros.

Según SAPAG, Nassir (2000): "La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se proporciona toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero"

1.6.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

1.6.1.1. Valor Actual Neto (Van)

BACA Urbina Gabriel (2006: Pág. 138) manifiesta que el Van: "es un valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial".

Para el inversionista, el disponer de dinero hoy no es equivalente a disponer de la misma cantidad en uno o varios años, por el hecho de que una unidad hoy, puede reinvertirla y obtener $(1 + i)^n$ después de n años.

Se parte del criterio de que el proyecto debe generar un Valor Actual Neto superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos actualizados (flujo de efectivo actualizado). Su formulación matemática se la puede expresar de la siguiente manera:

$VAN = FNO + \frac{FNI}{(1 + i)^1} + \frac{FN2}{(1 + i)^2} + \dots + \frac{FNn}{(1 + i)^n}$ <p>i y</p>
--

Donde:

FN = Flujo de Efectivo Neto

n = Años de vida útil

i = Tasa de interés de actualización

1.6.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

También es denominada como tasa crítica de rentabilidad, cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

CÁLCULO:

Tomando como referencia los proyectos A y B trabajados en el valor presentado Neto, se reorganizan los datos y se trabaja con la siguiente ecuación.

$$VPN = 0 = \frac{FE_1}{(1 + K)^1} + \frac{FE_2}{(1 + K)^1} \dots + \frac{FE_N}{(1 + K)^N} - Inversión$$

FE: Flujos Netos de efectivo; k = valores porcentuales

1.7. Antecedentes Industriales

1.7.1. El sector de la Confección en el Ecuador.

“El sector de la confección en nuestro país no ha tenido especial atención por parte de los gobiernos de turno, sin embargo se ha constituido como la segunda fuente de empleo con una participación del 20% luego de la Industria alimenticia con un 21%.

El desarrollo productivo de un sector debe contar con una planificación estratégica que origine una sinergia entre las potencialidades, el esfuerzo y los capitales invertidos por las personas que apuestan a la producción, para obtener resultados óptimos y sobre todo predecibles. Muchas empresas juntaron esfuerzos para definir e impulsar una agenda productiva consensuada para desarrollar el sector textil-confección ecuatoriano”. Según la página Web: <http://www.aite.com.ec/phocadownload/boletines/boletinseptiembre.pdf>. Industria textil. Consultado el 28 de septiembre del 2012.

1.7.2. Sistema Artesanal

La actividad de la confección, realizada de manera artesanal, ha sido tradicional al interior del país, sobre todo en la región Sierra, pues el afán de aprender una profesión como la Sastrería o la Modistería ha dado lugar a que muchas personas tengan la oportunidad de conseguir ingresos relativamente estables, debido a que no se requiere de fuertes inversiones de capital para su funcionamiento, además el desenvolvimiento del negocio puede llegar a depender casi exclusivamente de la habilidad del artesano para elaborar la prenda de vestir que se requiere.

En Ecuador existen aproximadamente 3.423 artesanos dedicados a la actividad de la confección de ropa, repartidos en todas las provincias y regiones del país. Ver Cuadro N° 1.

Los artesanos considerados en el Cuadro N° 1, son aquellos a los que les ha sido otorgada la Calificación Artesanal por parte de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, es decir, que son reconocidos por el organismo oficial como tales. Estos datos incluyen todas las ramas de la actividad artesanal de la confección, a saber: tejidos de punto, modistería, sastrería, corte y confección, camisería, bordados y lencería.

La Región Sierra existe mayor concentración de artesanos a nivel nacional, pues se localizan el 49.2% del total de artesanos confeccionistas del país. No obstante, la Región Costa incluye también a un importante segmento artesanal, ya que en su territorio se asienta el 47.3% del total de artesanos confeccionistas.

Juntas, estas dos regiones representan el 96.5% del total, lo que haría que las regiones Oriente e Insular prácticamente sean irrelevantes en el contexto nacional estas dos regiones en conjunto apenas representan el 3.7% del total.

CUADRO N° 1: ARTESANOS CONFECCIONISTAS

PROVINCIA	N° ARTESANOS	% PARTICIPACIÓN
REGIÓN SIERRA		49.2
Azuay	556	16,2
Pichincha	325	9,5
Imbabura	156	4,6
Loja	129	3,8
Cañar	115	3,4
Bolívar	105	3,1
Chimborazo	101	3,0
Tungurahua	73	2,1
Carchi	66	1,9
Cotopaxi	57	1,7
REGIÓN COSTA		47.3
Guayas	712	20,8
Manabí	393	11,5
El Oro	261	7,6
Los Ríos	218	6,4
Esmeraldas	34	1,0

REGIÓN ORIENTE 3.5		
Morona Santiago	53	1,5
Sucumbíos	24	0,7
Francisco de Orellana	19	0,6
Napo	10	0,3
Pastaza	8	0,2
Zamora Chinchipe	7	0,2
REGIÓN INSULAR 0.2		
Galápagos	7	0,2
TOTAL	3423	100

FUENTE: www.AITE.com.ec

ELABORADO: Segundo Rea

1.7.3. Sistema de Empresa

“La provincia de Pichincha acoge a más de la mitad de las empresas confeccionistas a nivel nacional con un porcentaje de participación del 52.2%, Guayas es la segunda provincia en importancia, con el 30.6% de participación.

El resto de provincias representan participaciones mucho menores a las que presentan las dos provincias líderes así: Azuay (8.1%), Tungurahua (4.0%), Imbabura (3.3%), Cotopaxi (0.6%), Chimborazo (0.4%), El Oro (0.4%) y Manabí (0.4%), debido a que las actividades productivas la desarrollan fundamentalmente pequeñas y medianas empresas que se caracterizan fundamentalmente por tener una estructura cerrada y de carácter familiar.”

De ahí que los principales problemas que enfrentan estas empresas tienen relación con el área administrativa y financiera debido al bajo nivel de preparación de las personas que se hallan al frente, ya que utilizan los pocos recursos económicos para cubrir gastos familiares, así como también carecen de una cultura organizacional en técnicas de producción, mercadeo, seguridad industrial, control de calidad, etc., esto ha impedido que las empresas aún no alcancen estándares internacionales de competitividad que sumado a otros factores como:

- Un nivel tecnológico atrasado por la falta de entrenamiento en la operación de maquinarias.
- Baja calidad de los productos terminados debido a la falta de normas de calidad y controles adecuados.
- Limitado poder de negociación en la compra de materias primas frente a sus proveedores.
- Restricciones a fuentes de financiamiento por las elevadas tasas de interés que hacen poco accesible al crédito.
- Mano de obra poco calificada, (ya que únicamente el 30% de los trabajadores son calificados, mientras que el 53% corresponde a obreros semicalificados o que están en proceso de formación y un 17% de los obreros son no calificados).

Se debe enunciar que la industria asiática en los últimos años poco a poco gane mercado en nuestro país, con prendas de vestir a precios inferiores a los costos de producción, provocando en algunos casos la disminución en la volumen de venta del productor y en otros el cierre de empresas que no logran colocar su producción en el mercado.

A pesar de estas dificultades, el sector de la confección desde años atrás ha contribuido al desarrollo tanto económico como social de los pueblos, al dinamizar y promover el empleo.”

Pero no hay que descuidar, el tema de la invasión de la industria extranjera ya que debemos estar a la vanguardia de lo que puede suceder esta es una situación que también le compete al estado, siendo responsable de las reglas de juego de la competencia, puesto que es el único encargado de que las leyes y reglamentos adoptados y promulgados sean coherentes con las reglas de la competencia. En

otras palabras, las leyes y los reglamentos deberán ser apropiados, pertinentes y oportunos frente a un imperativo régimen de libre competencia.

El sector de la confección en el Ecuador tiene grandes potenciales, pero para aprovecharlas es necesario que las empresas unan esfuerzos mediante la asociatividad para formar alianzas estratégicas como:

- La producción conjunta que abastezcan la demanda del mercado nacional e internacional.
- La importación de materias primas a menor costo para minimizar los costos de producción.
- La capacitación constante de empleados y trabajadores para que produzcan de acuerdo a las exigencias del mercado.

Estas alianzas sin duda permitirán un mejor posicionamiento del producto a un precio justo y en la cantidad exacta para lograr una mayor participación en los mercados con mayores niveles de competitividad y por lo tanto de rentabilidad.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Proceso Metodológico de Investigación

El estudio de mercado para la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica iniciará con la identificación de sus posibles clientes, el segmento del mercado al cual se va a llegar con el bien o el servicio que se está poniendo a consideración al mercado; la cuantificación de volumen de ventas periódicas, la proyección de ese posible mercado; la definición de las características y atributos del producto, el precio, el canal de distribución más indicado; la forma como se va a dar a conocer al mercado de su existencia; y la estrategia de comercialización que más se ajusten al plan de negocio. Es decir en el desarrollo del presente capítulo se desarrolla funcionamiento y la operatividad del proyecto.

2.1.1 Definir el problema

Pujilí es reconocido por su rico folklore que encarna estampas tradicionales únicas. “El Danzante, por ejemplo, es el personaje central de la celebración de Corpus Cristo, que ha sido calificado como Patrimonio Cultural Intangible de la Nación”, y constituye uno de los atractivos turísticos más importantes de la región rodeado de dorados pajonales, altas montañas, en medio de una cultura que guarda en su corazón la originalidad andina y una alfombra natural de cultivos y atuendos de vistosos colores.

En Pujilí, una fuente de ingreso constituye la confección y alquiler de ropa folklórica, varios micros negocios de este tipo se han implementado en los

últimos años, lamentablemente, los atuendos tradicionales que es la identidad de los pueblos, mismos que son utilizados por la comunidad en diferentes fechas festivas del cantón, no se ha venido ofertando de una manera adecuada y que contribuya al rescate del valor cultural; por otro lado el sistema de producción o confección y alquiler de vestimenta tradicional no cubre con las necesidades que exige la sociedad.

La causa que genera la escasa confección y alquiler de ropa folklórica radica en un inadecuado manejo técnico del negocio, ya que el proceso de producción se lo realiza de manera empírica, ocasionando que la ropa folklórica no se puede encontrar la cantidad necesaria que requiere las personas del cantón Pujilí.

Otra de las principales causas para la reducida forma de confeccionar y alquilar la ropa folklórica es la falta de recursos económicos de los propietarios de las empresas de confección y alquiler de ropa folklórica que llegan al mercado con sus productos en cantidades pequeñas y sin tomar en cuenta los requerimientos del consumidor.

Se puede añadir también que los locales de alquiler de ropa folklórica existentes no poseen una visión estratégica del negocio.

Otro de los inconvenientes es en la ausencia de tecnología avanzada en los procesos de confección, que aporte a un óptimo proceso de producción, que ayude a establecer un precio competitivo en el mercado, ayude a incrementar el volumen de alquiler y venta reduciendo los ingresos del inversionista.

La oferta de ropa folklórica en la ciudad de Pujilí es tan escasa que los consumidores se ven obligados a adquirir en las provincias vecinas como Tungurahua o Chimborazo, lo cual provoca que el precio final de la prenda sea mucho más costoso, esto constituye una ventaja para el desarrollo de nuestra idea de negocio.

Es necesario obtener información acerca del comportamiento de los consumidores en torno a temas de compra y alquiler de ropa folclórica así como de sus preferencias en la utilización de trajes típicos, con el objetivo de crear una empresa que provea de este servicio a la población de Pujilí.

2.1.2 Posible solución

En vista de que la problemática se debe a que los proveedores de ropa folklórica no cubre con las necesidades que exige la sociedad, se ha visto la necesidad de establecer la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en el cantón Pujilí, provincia Cotopaxi, con la única finalidad de cubrir la demanda insatisfecha existente, que permita a la comunidad desarrollar la investigación, el aprendizaje y la formación continua en condiciones óptimas, vertebrando los mecanismos necesarios para que el conocimiento que la Universidad genera revierta de forma activa en la sociedad, a fin de formar ciudadanos responsables, solidarios ante los problemas sociales y comprometidos con las ideas de progreso.

2.1.3 Justificación

Un estudio de mercado tiene como finalidad la reunión sistemática de información la cual puede servir para la toma de decisiones trascendentales en la puesta en marcha de una nueva idea de negocio.

Se hace necesario determinar si la nueva unidad, en nuestro caso la empresa de confección y alquiler de ropa, aportará a una producción ya existente y en qué medida una nueva empresa en este sector generará una nueva actitud de los consumidores frente a sus hábitos de consumo y su idiosincrasia.

Un estudio de mercado que genere nueva información es por demás necesario, en especial, si esta información provee de elementos relativamente ciertos para la toma de decisiones respecto a la apertura de una nueva unidad productora de bienes y servicios.

2.1.4 Objetivos

Objetivo General

Determinar la cantidad de trajes típicos que lo habitantes del cantón Pujilí están dispuestos a comprar o alquilar a un determinado precio y conocer el grado de aceptación de una empresa de confección y alquiler de ropa folclórica a ser creada en la ciudad de Pujilí.

Objetivos Específicos

- Conocer las preferencias de los consumidores
- Conocer la frecuencia con la que los consumidores utilizan trajes típicos.
- Establecer los aspectos más relevantes a la vista del cliente respecto a la competencia
- Determinar los atributos del producto
- Establecer el canal óptimo de distribución.

2.1.5 Tipo de investigación

El presente estudio se desarrolló como una investigación de campo, tipo encuesta, de carácter cuanti-cualitativa, que se enmarca dentro de los parámetros de un proyecto factible.

Por lo tanto el tipo de investigación es de carácter cuanti-cualitativa, porque esta permitirá conocer la cantidad exacta de clientes que consumirán el nuevo servicio, las características de los integrantes del mercado (gustos y preferencias), además ayudó a cuantificar la producción adecuada para nuestro nuevo servicio.

2.1.6 Establecer el método

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó los siguientes métodos estadísticos:

Estadística Descriptiva: Tienen por objeto fundamental describir y analizar las características de un conjunto de datos, obteniéndose de esa manera conclusiones sobre las características de dicho conjunto y sobre las relaciones existentes con otras poblaciones, a fin de compararlas. Para la presente investigación se recurrió a la estadística descriptiva, la misma que ayudó a analizar el comportamiento de las variables del mercado.

Estadística Inferencial: Estadística Inferencial son procedimientos estadísticos que sirven para deducir o inferir algo acerca de un conjunto de datos numéricos (población), seleccionando un grupo menor de ellos (muestra).

Este tipo de estadística ayudó a determinar el comportamiento de las variables del mercado mediante la muestra, para luego inferenciar los resultados de la población objeto de estudio. Para los estudios posteriores se utilizó una hoja electrónica Excel, la misma que facilitó los cálculos y las gráficas de los resultados de la investigación.

2.1.7 Técnicas como levantar la información

El levantamiento de la información se realizó a través del método de comunicación a los encuestados. El instrumento utilizado es el cuestionario. La técnica específica del método de comunicación factible para el presente estudio de mercado fue la aplicación del cuestionario estructurado directo.

La observación directa constituye de igual forma una de las técnicas de recolección de datos efectivo cuando se desea conocer el comportamiento verídico de fenómenos de estudio, esta técnica nos es útil en el estudio de la competencia.

2.1.8 Instrumentos

Para la investigación de este proyecto se utilizó como instrumento de recolección de información, la encuesta.

Encuesta. Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Este instrumento nos ayudó a la recopilación de datos sobre las características, necesidades, expectativas y requerimientos que el cliente espera del nuevo producto que se pretende ofertar en el mercado con el desarrollo de esta investigación.

2.1.9. Segmentación de mercado

Para realizar la segmentación de mercado es necesario dividir a la población de acuerdo a varios segmentos como son geográfica y demográficamente, como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 2: SEGMENTACIÓN DE MERCADO

SEGMENTACIÓN DE MERCADO		
VARIABLES	Factor	Grupo
Geográfica	Provincia	Cotopaxi
	Cantón	Pujilí
	Área	Urbana y rural.
Demográfica	Sexo	Masculino y Femenino
	Hogares	Sector Urbano y Rural.
	Nivel de ingresos	Superior a \$ 302.

ELABORADO POR: El Investigador

A través del análisis de las variables geográficas y demográficas se determina el MERCADO META, desde el punto de vista geográfico, el mercado meta se encuentra en la población urbana y rural del Cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, en cuanto a la variable demográfica se tomó en cuenta el nivel de ingresos y el número de hogares para el consumo de este servicio; en lo que se refiere a la variable pictográfica no se tomaron puesto que no todos tenemos los mismos gustos y preferencias.

Para identificar el mercado meta se precede hacer un análisis de lo general a lo particular.

CUADRO N° 3: POBLACIÓN TOTAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI				
TOTAL PROVINCIA	349540	2,1		
CANTONES	POBLACIÓN	T.C.A %	HOMBRES	MUJERES
LATACUNGA	143.979	1,9 %	69.598	74.381
LA MANA	32.115	2,8 %	16.446	15.669
PANGUA	19.877	1,5 %	10.329	9.548
PUJILÍ	69025	2,9 %	32.739	36.319
SALCEDO	51.304	1,1 %	24.405	26.899
SAQUISILÍ	20.815	4,4 %	9.792	11.023
SIGCHOS	20.722	1,1 %	10.234	10.488

FUENTE: VI censo de Población y V de Vivienda 2001 INEC
 ELABORADO POR: El Investigador

CUADRO N° 4: POBLACIÓN SEGÚN BARRIOS DEL CANTÓN PUJILÍ

ÁREAS	POBLACIÓN	PORCENTAJE
URBANA	16566	24%
Pujilí Centro		24%
RURAL	52459	76%
Barrio Alpalagal	11044	16%
Barrio El Calvario	7593	11%
Barrio La merced	14495	21%
Barrio Isinche grande	19327	28%
TOTAL	69025	100

FUENTE: INEC

ELABORADO POR: El Investigador

Área: Se ha considerado al cantón Pujilí zona urbana y rural.

2.1.10 Población o Universo

Para el desarrollo investigativo, la población o universo que se toma en cuenta es la población económicamente activa del Cantón Pujilí que es de 69.025 habitantes, la población rural tiene 52.597 habitantes que corresponde al 76.2%; la población urbana es de 16.428 habitantes dando un porcentaje del 23.8%.

CUADRO N° 5: POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA

COTOPAXI	
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	
Cantón Pujilí	Población
Urbano	16.428
Rural	52.597
TOTAL	69.025

FUENTE: VI censo de Población y de Vivienda 2010 INEC

ELABORADO POR: El Investigador

2.1.11 Muestra

Al ser la población relativamente grande es necesario encontrar una muestra que sea representativa al universo de estudio y que permita también la aplicación de los instrumentos de investigación. Para el cálculo del tamaño de la muestra se realizará con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P \times Q \times N}{(N - 1)(E / K)^2 + P \times Q}$$

En donde:

- n** = Tamaño de la muestra.
- PQ** = Varianza media de la población.
- N** = Población o universo.
- E** = Error admisible.
- K** = Coeficiente de corrección del error (2).

Según lo expuesto anteriormente se procede a asignar valores a la fórmula para calcular la muestra de los posibles clientes.

- N** = 69025
- P** = 0.5
- Q** = 0.5
- E** = 0.0614
- K** = 2

Desarrollo

$$n = \frac{0.5 \times 0.5 \times 69025}{(69025 - 1) (0.0614 / 2)^2 + (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{0.25 \times 69025}{(69024) (0.03070)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{17256,25}{(69024) (0,00094) + 0,25}$$

$$n = \frac{17256,25}{65,05443 + 0,25}$$

$$n = \frac{17256,25}{65,30443}$$

$$n = 264,24$$

$$n = 264$$

2.1.12 Plan muestral

Una vez obtenido el tamaño de la muestra, es necesario realizar una distribución muestral la misma que permitió identificar la composición de la muestra.

PLAN MUESTRAL

CUADRO N° 6: DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

PUJILÍ			
Distribución Muestral			
ÁREAS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	DISTRIBUCIÓN
URBANA	16566	24%	63
Pujilí Centro		24%	63
RURAL	52459	76%	201
Barrio Alpamalag		30%	60
Barrio El Calvario		20%	40
Barrio La merced		20%	41
Barrio Isinche grande		30%	60
TOTAL	69025	100	264

ELABORADO POR: El Investigador

2.1.13 Tabulación / análisis.

Una vez que se efectuado las encuestas se procedió a realizar en análisis de cada una de las preguntas contenida en las mismas, que se detalla a continuación:

PREGUNTA.- 1

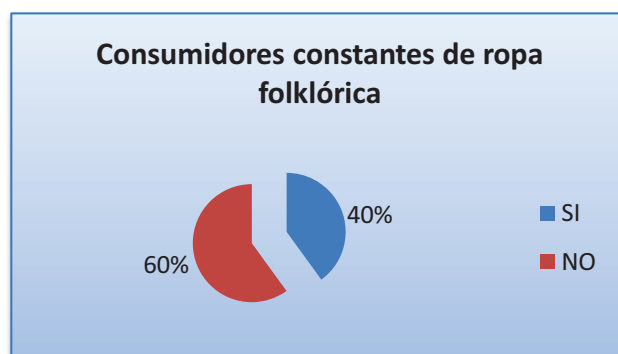
¿Usa usted ropa folklórica?

CUADRO N° 7: CONSUMIDORES CONSTANTES DE ROPA FOLKLÓRICA

VARIABLE	f	%
SI	105	40%
NO	159	60%
TOTAL	264	100%

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

GRÁFICO N° 5: CONSUMIDORES CONSTANTES DE ROPA FOLKLÓRICA



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 60% que equivale a 159 personas contestaron que no usan con frecuencia ropa folklórica y el 40% que corresponde a 105 personas contestó que si utilizan.

De acuerdo a los resultados que arroja esta pregunta se puede decir que la población del cantón Pujilí si usa la ropa folklórica, resultado que orienta la factibilidad del proyecto al momento de ejecutarlo.

PREGUNTA.- 2

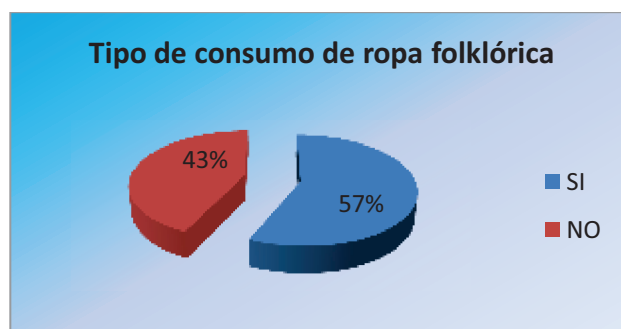
¿Suele usted comprar o alquilar ropa folklórica que usa?

CUADRO N° 8: TIPO DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA

VARIABLE	F	%
Alquilar	150	57
Comprar	114	43
TOTAL	264	100

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

GRÁFICO N° 6: TIPO DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, un 57% de los encuestados que equivalen a 150 personas optan por alquilar ropa folklórica, un 43% que representa a 114 personas indican que prefieren comprar la ropa folklórica que van a usar.

Estos resultados impulsan a crear la empresa, enfatizando en ofertar el servicio de alquiler de ropa folklórica sin descartar la posibilidad de su venta.

PREGUNTA.- 3

¿Cuántas prendas alquila y compra usted durante el año?

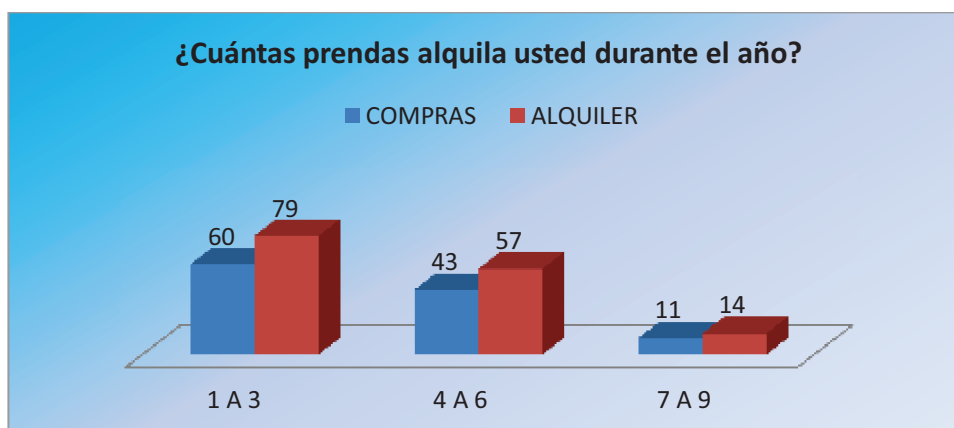
CUADRO N° 9: FRECUENCIA DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA

VARIABLE	1 A 3	4 A 6	7 A 9	f	%
COMPRAS	60	43	11	114	43.18
ALQUILER	14	57	79	150	56.82
TOTAL				264	100

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí

ELABORADO POR: El Investigador

GRÁFICO N° 7: FRECUENCIA DE CONSUMO DE ROPA FOLKLÓRICA



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí

ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 56.82% de personas contestaron que prefieren alquilar la ropa folklórica y 43.18% personas manifiestan comprar la ropa folklórica que va a utilizar.

En base a la información adquirida se llega a la conclusión, que las personas prefieren alquilar la Ropa Folklórica en vez de comprar, constituyéndose el mercado meta hacia donde nuestro producto debe enfocarse.

PREGUNTA.- 4

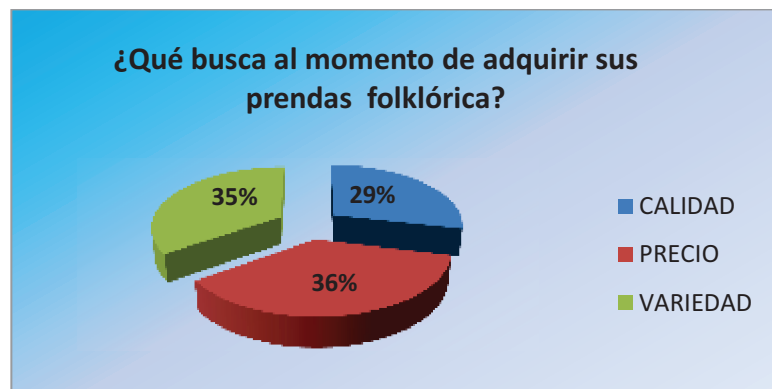
¿Qué busca al momento de adquirir sus prendas de ropa folklórica?

CUADRO N° 10: QUE BUSCA AL MOMENTO DE ADQUIRIR ROPA FOLKLÓRICA

VARIABLE	f	%
CALIDAD	76	28.79
PRECIO	96	36.36
VARIEDAD	92	34.85
TOTAL	264	100

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 8: QUE BUSCA AL MOMENTO DE ADQUIRIR ROPA FOLKLÓRICA



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 36% prefieren su servicio por el precio, el 35% prefieren por la variedad que oferta, el 29% prefieren por la calidad de los trajes que se ofrecen en el mercado.

En base a la información obtenida, las personas prefieren adquirir su prenda folklórica de acuerdo a su precio, al mismo tiempo que el resto de encuestados prefieren por su calidad y variedad de la indumentaria.

PREGUNTA.- 5

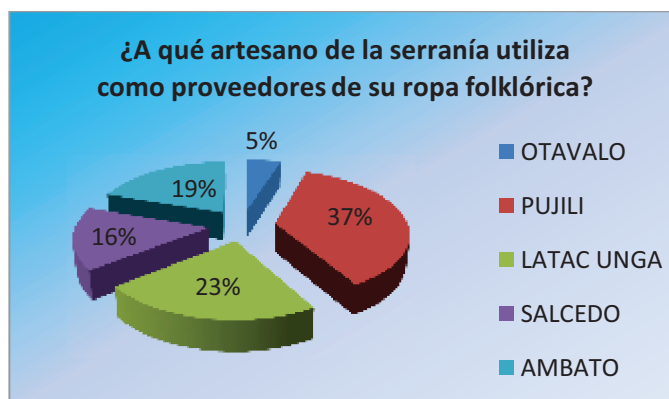
¿A qué artesano de la serranía utiliza como proveedores de su ropa folklórica?

CUADRO N° 11: PROVEEDOR DE SU ROPA FOLKLÓRICA

VARIABLE	f	%
OTAVALO	13	4.92
PUJILÍ	97	36.74
LATACUNGA	60	22.73
SALCEDO	42	15.91
AMBATO	52	19.70
TOTAL	264	100

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 9: PROVEEDOR DE SU ROPA FOLKLÓRICA



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, El 37% utiliza como proveedores de su ropa folklórica a Pujilí, el 23% a Latacunga, el 19% a Ambato, el 16% a Salcedo y el 5% a Otavalo.

En base a la información obtenida, las personas prefieren a los artesanos pujilenses como sus proveedores de ropa folklórica, esto se deduce por la fácil accesibilidad del servicio a ofertar.

PREGUNTA.- 6

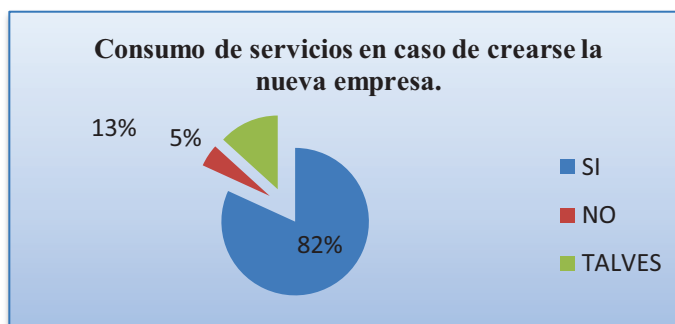
¿Si se creara una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en la ciudad de Pujilí usted consumiría sus servicios?

CUADRO N° 12: CONSUMO DE SERVICIOS EN CASO DE CREARSE LA NUEVA EMPRESA.

VARIABLE.	f	%
SI	216	82%
NO	13	5%
TAL VEZ	35	13%
Total	264	100%

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 10: CONSUMO DE SERVICIOS EN CASO DE CREARSE LA NUEVA EMPRESA.



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 82% contestaron que si consumirían los servicios de una nueva empresa en Pujilí de confección de alquiler de ropa folklórica, el 13% tal vez y el 5% no.

Resultado que incentiva cada vez más para ejecutar este proyecto de factibilidad y además buscar a futuro una rentabilidad económica y beneficio para la sociedad.

PREGUNTA.- 7

¿En el caso de crearse la empresa que atuendos folklóricos le gustaría que ofrezca?

CUADRO N° 13: POSIBLES ATUENDOS A OFERTAR.

VARIABLE	F	%
NOVIAS DE SALACHE	48	12.15
NOVIAS DEL DANZANTE	69	17.47
DANZANTE	91	23.04
PER. DEL NIÑO DE ISINCHE	81	20.51
KARANQUI	39	9.87
INTERNACIONAL	32	8.10
COSTEÑA	35	8.86
TOTAL	395	100

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 11: POSIBLES ATUENDOS A OFERTAR



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, 23% de los encuestados que equivalen a 91 personas manifiestan que la empresa de ropa folklórica debe ofertar trajes de Danzante; un 21% que representa a 81 personas, trajes del Pase del Niño; un 17% que representa a 69 personas optan por la vestimenta de la novia del danzante; un 12% que representan a 48 personas prefieren el traje Novias de Salaches; un 10% que representan a 39 personas se inclinan por la indumentaria de Karanqui; un 9% eligen la Ropa costeña y un 8% manifiestan como opción los trajes internacionales.

El servicio con mayor aceptación de acuerdo a la opinión de los encuestados indican que es el traje del Danzante, seguido de los trajes típicos de la región interandina, un mínimo porcentaje se inclina por la vestimenta de la región costa e internacional, los cuales constituyen un aspecto importante al momento de ofertar el servicio.

PREGUNTA.- 8

¿En cuál de las tiendas folklóricas existentes en el cantón Pujilí detallados a continuación usted alquila su traje típico?

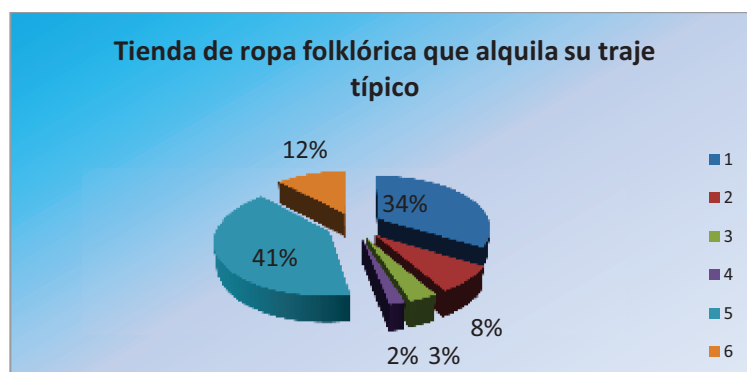
CUADRO N° 14: TIENDA DE ROPA FOLKLÓRICA QUE ALQUILA SU TRAJE TÍPICO.

VARIABLE	f	%
ZONA ANDINA	89	33.71
CONFECCIONES MIRIAN LOVATO	21	7.95
CONFECCIONES CONSUELITO	9	3.41
FOLKLOR SANDRITA	5	1.89
NIÑO DE ISINCHE	108	40.91
CARLITOS	32	12.12
TOTAL	264	100.00

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí

ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 12: TIENDA DE ROPA FOLKLÓRICA QUE ALQUILA SU TRAJE TÍPICO.



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí

ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 41% manifiesta que en la tienda folklórica Niño de Isinche, el 34% Zona Andina, el 12% Carlitos Trajes Típicos, el 8% Confecciones Mirian Lovato, el 3% Confecciones Consuelito, el 2% Folklor Sandrita.

La mayor cantidad de personas acuden a alquilar su ropa en la Tienda Niño de Isinche, por lo tanto se debe tomar en cuenta como la empresa de competencia que la nueva empresa tendrá.

PREGUNTA.- 9

¿Está de acuerdo con la atención y servicio que brinda los locales de confección y alquiler de ropa folklórica?

CUADRO N° 15: DE ACUERDO CON LA ATENCIÓN Y SERVICIO QUE PRESTAN LOS LOCALES DE ROPA FOLKLÓRICA.

VARIABLE	f	%
SI	55	20.83
NO	209	79.87
TOTAL	264	100

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 13: DE ACUERDO CON LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO QUE PRESTAN LOS LOCALES DE ROPA FOLKLÓRICA.



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 79% que equivale a 209 personas contestaron que no están de acuerdo con la atención que recibe de sus proveedores y el 21% que corresponde a 55 personas contestó que sí están de acuerdo con la atención, dicho resultado orienta la factibilidad del proyecto.

Con la información detallada se puede concluir que la atención y el servicio que brindan la empresas existentes de alquiler y confección de ropa folklórica en la ciudad de Pujilí no cumplen con las expectativas y requerimiento de los clientes, lo cual se puede tomar con un punto a nuestro favor para la puesta en marcha y la viabilidad del presente proyecto investigativo.

PREGUNTA.- 10

¿En qué lugar preferiría que se encuentre ubicada la nueva empresa de confección y alquiler de ropa folklórica?

CUADRO N° 16: LUGAR DE PREFERENCIA PARA LA UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA.

VARIABLE	f	%
BARRIO CENTRO	93	35.23
BARRIO ROSITA PAREDES	113	42.80
BARRIO BELLAVISTA	19	7.20
BARRIO CHIMBACALLE	39	14.77
TOTAL	264	100.00

FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí

ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 14: LUGAR DE PREFERENCIA PARA LA UBICACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA.



FUENTE: Población urbana y rural del cantón Pujilí

ELABORADO POR: El Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de encuestados, el 43% preferirían que la nueva empresa se ubique en el barrio Rosita Paredes, el 35% Barrio Centro, el 15% barrio Chimbacalle, y el 7% Barrio Bellavista.

De acuerdo con los datos obtenidos se puede establecer que la nueva Empresa de confección y alquiler de ropa folklórica debe ubicarse en la ciudad de Pujilí- Barrio Rosita Paredes, se aduce que esto se debe a la fácil accesibilidad del lugar.

2.2. Identificación de Productos / Servicio

El proceso de desarrollo de nuevos productos comienza por la búsqueda de ideas, que deben estar de acuerdo con los objetivos y estrategias adoptadas y definidas. En consecuencia, cualquiera que sea el modelo o esquema utilizado, parte con la generación de ideas de conceptos de nuevos productos.

Esta búsqueda de ideas no debe ser aleatoria, es decir sólo apoyarse en una corriente espontánea de inspiración, casualidad o solicitudes esporádicas de clientes, sino sistemática.

La creación de una nueva empresa de confección y alquiler de ropa folklórica no vienen por sí sola, fue necesario organizar y estimular su generación, de lo contrario, serán ideas no aplicables al tipo de negocio que necesitamos. Por ello, hay que establecer clara y previamente cuáles son los productos y mercados a los que se les dará prioridad, indicando lo que se pretende alcanzar con los nuevos productos.

Es sumamente importante comentar que los productos o servicios que ofreceremos son susceptibles a un análisis de sus atributos tangibles e intangibles, esto generalmente es conocido como la personalidad del bien que venderemos o alquilaremos.

Los atributos tangibles es aquello que nuestros sentidos pueden palpar de inmediato al tener al producto frente a nosotros (peso, textura, color, etc.)

Los atributos intangibles son aquellos que nos responden al cuestionamiento ¿En qué me beneficiara? Un ejemplo claro puede ser aquella la ropa folklórica que alquilamos o compramos y que nos permite lucirnos en las comparsas o presentaciones de índole cultural.

Así mismo, es sumamente importante en la identificación del producto definir los atributos importantes del mismo, a continuación se describe cada uno de ellos con la finalidad de aplicar este análisis y por ende, determinar que tan óptimo es nuestro producto:

- Núcleo. Comprende aquellas propiedades físicas, y técnicas del producto, que lo hacen apto para determinadas funciones y usos.
- Calidad. Valoración de los elementos que componen el núcleo, en razón de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.
- Precio. Valor último de adquisición. Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.
- Servicio: Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás; hoy en día es lo que más valora el mercado
- Marca: nombres y expresiones gráficas. Facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo. Hoy en día es uno de los principales activos de las empresas.
- Imagen del producto: Opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto.
- Imagen de la empresa: Opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos.

Al identificar los atributos antes mencionados estaremos evaluando que tanta personalidad tiene nuestro producto y con ello evaluar su impacto para nuestro mercado potencial y para esa competencia que siempre estará presente, lo más destacable es hacer que esos atributos siempre sean realmente sobresalientes e importantes para darnos como empresa la confianza de que nuestro producto realmente es bueno y puede competir contra cualquier producto que se encuentre en el mismo ramo. En este caso la ropa o trajes folklóricos que se pueda confeccionar para vender o alquilar.

2.2.1. Características

Los bailes indígenas y campesinos del Ecuador son costumbres de regocijos públicos desde los tiempos remotos, los cuales han seguido con poco valor cultural indígena, algunos lo hacen por amor al arte de la propia identidad del lugar donde viven en los páramos andinos, en todas las fiestas tradicionales se divierten y bailan con bandas de músicos o con los instrumentos autóctonos, especialmente con música de la propia costumbre como albazo, aire típico, sanjuanito, la tonada, danzante, caporales, calle larga, guión, etc.

La fiesta de Corpus Christi constituye uno de los referentes de la identidad ecuatoriana, producto de la expresión alegre de la danza aborígen y las demostraciones ceremoniales de actos religiosos, impuestos por la cultura occidental, que nuestros antepasados hacían en agradecimiento al Sol y a la madre Tierra, por los frutos recogidos a mitad de año.

La fiesta más importante de la provincia de Cotopaxi es sin duda el Corpus de Pujilí, aunque también se celebra en otras provincias de la sierra central ecuatoriana de origen medieval cristiano, Corpus conmemora el Cuerpo de Cristo en la Eucaristía. Su coincidencia con fechas festivas del calendario indígena ha sido mencionada como explicación de la trascendencia que adquiere esta celebración desde tempranas épocas coloniales.

La fiesta de Corpus se celebra en la actualidad en Angamarca, Sigchos, Zumbagua, Salcedo. Sin embargo, el Corpus de Pujilí tradicionalmente ha merecido mayor atención debido a la presencia de los Danzantes de Pujilí, como se conoce a los indígenas que se trasladan desde sus comunidades de origen, vestidos con lujoso y llamativo atuendo, para danzar en la fiesta de Corpus.

El colorido atuendo de los danzantes de Cotopaxi, muestra el diseño y bordado tradicionales de las casullas y ornamentos eclesiásticos. El delantal, por ejemplo, consiste en una tela cuadrangular brillante, que puede ser satín, brocado o

damasco, ricamente bordado y decorada con espejuelos, reatas, lentejuelas y a veces, un borde de papel plateado y flecos. Un relleno de cáñamo o de lienzo grueso le da consistencia. La cola, el ornamento de mayor tamaño, cubre la parte superior de la espalda del danzante, es forma rectangular y muestra riqueza en el bordado y decoración.

Los bordados frecuentemente representan motivos eclesiásticos como la eucaristía, el cordero, pero también motivos florales y pequeñas figuras de caballitos y jinetes. El valor del vestido se expresa en la calidad del bordado, en la decoración y en la belleza del conjunto. Se puede afirmar que se ha mantenido con pocas excepciones en poder de un sector no indígena.

En el día de Corpus, las festividades se inician con la celebración solemne de la misa, a la que acuden los devotos y demás participantes

TRAJE DANZANTE Y PERSONAJES

Cuenta con la presencia de sacerdotes, que son quienes portan el símbolo que los identifica, llamado 'guión', este es elaborado en plata, demostrando un fino trabajo en orfebrería.

La Octava de Corpus se celebra el día siguiente de la fiesta religiosa. Muy temprano en la mañana se preparan y levantan los castillos en la plaza destinada a este fin, alrededor de los castillos se encuentran los jardines, pequeños espacios cercados, con muestras de los productos de las diferentes zonas ecológicas del cantón.

Personajes

- **Prioste:** En la fiesta de los Danzantes, el sacerdote se coloca en primer lugar con la esposa y familia, lleva en sus manos un Guión, que es una insignia del sacerdotazgo. El guión está compuesto por un objeto cilíndrico, de color plateado y de dos metros de altura aproximadamente. En el extremo superior, sobre su

media luna aderezada con piedras preciosas, conchas y pequeñas cruces, resalta una cruz de mayor tamaño y cintas multicolores.

Antiguamente el prioste era nombrado desde el púlpito, en la iglesia con un año de anticipación, entre sus obligaciones está el pago de la celebración religiosa y el arreglo del templo para venerar a la imagen de mayor devoción. Nunca el prioste negaba la obligación, además hubo casos en que voluntariamente una persona solicitaba la concesión del priostazgo.

- Alcalde: Es el organizador de esta proyección de Inti Raymi o Fiesta del Sol. Una vez que por voluntad y devoción ha “tomado la vara”, con meses de anticipación busca candidatos y los compromete con el Tomin, hasta junio cuando se intensifican los repasos.

El Alcalde promueve un préstamo de servicios entre parientes, amigos y vecinos, que se denominan Jochas. El Alcalde es el encargado de las fiestas del año: Navidad, Carnaval, Corpus, Día del patrono de la Virgen, etc. La Vara es un objeto circular de chonta, revestida de trecho en trecho con sortijas de plata. En un extremo pende una cruz del mismo material y pequeñas cintas de colores.

- El Danzante: representa el ciclo productivo de la siembra, la germinación y la cosecha. Sobre el origen de este personaje hay muchas versiones, entre las que se encuentra la de que es una manifestación sobreviviente del Incario y cuyo origen se remonta al antiguo Capac Citua o baile de los militares, que los incas celebraban en el mes de agosto.

El danzante lleva en la mano derecha el alfanje, elaborado en alambre, con adornos de aves; en la mano izquierda, una paloma que simboliza al Espíritu Santo y que es liberada durante el trayecto del baile, a la salida de la iglesia. Los danzantes llevan cascabeles en las piernas, cosidos al atuendo, cuya función es muy importante pues el sonido que producen ayuda a sincronizar a los danzantes en cada paso. Durante los tres días que dura la fiesta los

danzantes lanzan al público frutas, dulces y panes, ejecutan pasos como la media luna, el cruce, vuelta y regreso, el ocho y el característico movimiento de levantar y abrir los brazos como si fueran alas de cóndor.

GRÁFICO N° 15: TRAJE DEL SANZANTE DE PUJILÍ



ELABORADO POR: El Investigador

Los Danzantes de Pujilí, un tocado con penacho (tahalí y alfanje), calzones de encaje muy anchos, cascabeles en las piernas, alpargatas y medias blancas. Cada pieza de la indumentaria tiene su significado. El penacho, por ejemplo, convierte al danzante en hombre-maíz, pues la cabeza contiene estilizaciones del tuctu o flor de maíz, que desciende o sube siempre en forma piramidal.

- **Oficiales, Tamboneros y Pingulleros:** Los oficiales son músicos experimentados durante muchos años, los tamboneros y pingulleros tocan los instrumentos que han adquirido y curado para evitar la destrucción, especialmente el cuero de borrego de los tambores.
- **Cantineros:** Son indígenas encargados de cuidar que no se agoten los licores el momento en que el Alcalde y demás personajes brindan bebidas a los espectadores.
- **La Mujer Danzante:** Ataviada con cintas multicolores, anaco de bayetilla y rebozo de seda. En la cintura amplias fajas. Sombrero de paño, aretes de plata, collares de musgos, etc. Permanece a prudente distancia en actitud de respetuosa espera.

GRÁFICO N° 16: DANZANTES Y NOVIAS DEL DANZANTE



ELABORADO POR: El Investigador

- Bodegueros: Resguardan las pertenencias del prioste y del Alcalde durante los días de festejo, especialmente cuando los invitados son numerosos.
- Cocineros: Hombres o mujeres colaboran con la preparación en grandes pailas, ollas y recipientes: patatas, mote, arroz, salsa de cebollas, cuyes, gallinas y otros aparejos gastronómicos que servían para distribuir a los invitados.
- Coheteros: Son quienes lanzan la volatería y queman los fuegos artificiales.
- Ropayo: Suele poseer toda la trajería del Danzante, parte comprada, parte herencia de sus antepasados, y el resto confeccionada con su propia habilidad o alquilada.
- Huma Cuida: También denominado Huma Marca, es el encargado de cuidar la cabeza del danzante cuando el personaje no la lleva.
- Ropacatig: Su función es la de vestir y desvestir al danzante.
- Mayordomo: Durante la fiesta hace considerables gastos en comida y bebida. Para el regocijo bailable contrata un grupo costumbrista integrado por un tamborero y un intérprete de la llamada (especie de flauta).
- La Banda del Pueblo: Después de los tamboreros y pingulleros, se incluye en el gran séquito de los danzantes, una banda de música por ser la que mejor entona ritmos apropiados como: “Danzante Mío”, “El Cortado”, “La

Entrada de Corpus”, “Cascabel Indiano”, “Cuchara de Palo”, “Ñuca Isinche”, “La Cuadrera” entre otros.

Lo más cautivador de su indumentaria es el penacho o cabezal cobijado con plumas de pavo real, espejos, bambalinas y una que otra joya de plata, con diversidad de colores y adornos, que se coloca sobre la cabeza, previamente cubierta por una macana, un pañuelo ceñido y un sombrero. Este penacho pesa entre 45 y 50 libras y en total toda la vestimenta del danzante, añade al individuo 70 libras o más. Por ello, sus movimientos son lentos y siempre necesita una mano libre para sujetar el penacho.

Poco a poco los danzantes luciendo con mucha gala su hermoso atuendo, acompañados del oficial, como se denomina al conjunto de pingullo y tambor que debe acompañar al danzante, ejecutan su danza con pasos hieráticos y majestuosos. El desfile de Corpus en Pujilí se inicia al medio día, en presencia de las autoridades cantonales y provinciales. Encabezan el desfile jóvenes estudiantes, seguidos por carros alegóricos, numerosas comparsas, y las comunidades indígenas hacen su entrada con sus danzantes.

EL DIABLO HUMA (CABEZA DE DIABLO)

Es una persona disfrazada que coexiste como el personaje de diablo huma, constantemente van de guía con un salto de un metro de alto, o baila en forma de bomba “guaracazo con látigo”, es una persona representada como una imagen de diablo, es completamente de rasgos folklóricos en contra de las costumbres católicas, pero es una risa para el público acompañante de los fiesteros.

VESTIMENTA DEL DIABLO HUMA

El diablo huma lleva una máscara con varios cachos de tela azul, lacre rojo y otros colores que cubre hasta el cuello, del pecho tres agujeros que corresponden a los dos ojos y uno a la boca, dos pares de basa formando las orejas grandes del

DIABLO SATAN y una tercera en el sitio de la nariz, en la parte superior de la máscara se encuentra bordada con varios colores encendidos que significan el fuego del purgatorio que lleva a los pecadores, la máscara esta también forrada de una tela fina con una diferencia del asa central y los filos se completa con varios dibujos, lleva una camisa blanca bordada de varios colores en el pecho, zamarro negro o blanco de chivo en la mano lleva un látigo de venado el mismo que baila ay salta a la diestra y hacia adelante o a su vez realiza una bomba y al mismo tiempo se comunica con todos sus mortales.

INDUMENTARIA TÍPICA DE LA MUJER DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

1. Sombrero blanco confeccionado con lana de borrego adornado con cinta negra
2. Aretes de plata antigua tallada a mano con piedra incaica coralina
3. Cinta de colores en forma de arco iris para pelo y maqui manilla
4. Guascha de corales, perlas y mullos
5. Pañuelo para fachalina bordado con varios colores resplandecientes
6. Camisa manga larga con doce colores en la hombrera, pecho y todo los filos
7. Faja tejida a mano con diferentes colores
8. Pushcana para hilar poncho
9. Anacón bordado en los filos en forma de orofil
10. Pondo de barro para la chicha dulce
11. Bolsa de cuero para la dinero
12. Alpargatas de sogá color blanco

Esta hermosa vestimenta es una de las más importantes dentro de la historia, tradición, cultura propia que lo lleva la mujer indígena luchadora culturista de la mama Juana Tipantasig nacida en Molle Ambato Provincia de León en el año de 1766.

Mujer admirada en todo el Ecuador, particularmente en la provincia de Cotopaxi por su indumentaria propia, por su lenguaje quechua, por cantar y bailar con todo glorioso junto a la música autóctona la flauta, la bocina, demostrando y cumpliendo todo esto para el rescate de los valores étnicos, adorando a nuestro INTI YAYA (al padre sol) y a nuestro volcán Cotopaxi por su blancura.

Es costumbre de María Francisca Chugchilán con su vestimenta típica desde donde nació en los altos páramos de Jatun Juigua en 1935, sus padres fueron Antonio Chugchilán y María Serafina Vega, creció en la playa cuidando los rebaños, en una noche de luna le acompañó un rayo de luz y le dio su apellido de que es de una mujer artista. (VER ANEXO N° 4)

2.3.- Mercado Meta

CUADRO N° 17: PROMEDIO POR FRECUENCIA DE CONSUMO

Mercado Meta		
Población	Porcentaje	Total
69025	40%	27610

FUENTE: Encuesta.

ELABORADO POR: El Investigador

Para establecer el mercado meta se multiplicó la población total del sector urbano y rural del cantón Pujilí por el 40% porcentaje que indica la frecuencia en la gente que usa ropa folklórica.

2.4.- Análisis de la Demanda

Los locales de confesión y alquiler de ropa folklórica en el cantón Pujilí, no cubren los requerimientos y expectativas del sector, por lo que, la nueva empresa pretende cubrir la demanda y necesidad de los consumidores mayoristas y minoristas de ropa folklórica, quienes buscan calidad, confort y precios asequibles,

de esta manera se pretende rescatar los valores culturales, mejorar el estilo de vida de la comodidad y la rentabilidad de los inversionista.

2.4.1.- *Demanda actual*

Para calcular la demanda actual se realizó una investigación de campo, esto permitió determinar la aceptación que tienen la ropa folklórica en el mercado meta, las preferencias de los consumidores entre otros, basándose en esos datos la demanda actual del servicio que se pretende introducir en el mercado se encuentran en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 18: DEMANDA ACTUAL

Mercado meta: 27610		
Descripción	Porcentaje	Total
Aceptación nuevos producto	82%	22640

FUENTE: Investigación de campo.

ELABORADO POR: El Investigador.

Del mercado meta se calculó el porcentaje de aceptación para los nuevos productos y servicios a ofertarse, dato obtenido de la encuesta aplicada que es el 82% de posible aceptación en el mercado.

CUADRO N° 19: CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL

Producto o Servicio	Mercado meta	% de aceptación	Población Consumidora	Cantidad de consumo anual	Demanda Actual
Venta	22640	43%	9735	3	29206
Alquiler	22640	57%	12905	9	116143

FUENTE: Investigación de campo.

ELABORADO POR: El Investigador.

La demanda actual está compuesta por una población de 54336, el cálculo de consumo para cada producto se lo realiza del mercado meta por porcentaje de

aceptación que tiene la confección y el alquiler de ropa folklórica, obteniendo así la población consumidora y eso multiplicado por la cantidad de consumo anual para obtener la demanda actual, estos datos se levantaron de la encuesta realizada en la investigación de campo, de esta manera se pudo obtener la demanda actual del productos y el servicio que ofrecerá la empresa.

2.4.2.- Demanda Proyectada

CUADRO N° 20: CÁLCULO DE LA DEMANDA PROYECTADA. (5 AÑOS)

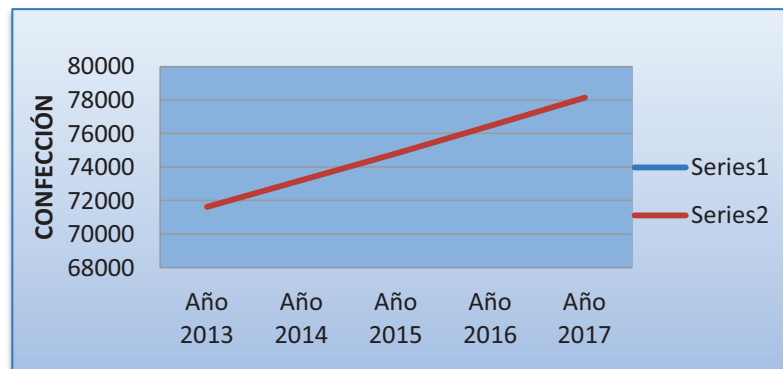
ALTERNATIVAS	DEMANDA ACTUAL	Tasa de crecimiento de la población.	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Venta	29.206	1,75%	29.717	30.237	30.766	31.305	31.853
Alquiler	116.143	1,75%	118.176	120.244	122.348	124.489	126.667

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: El Investigador

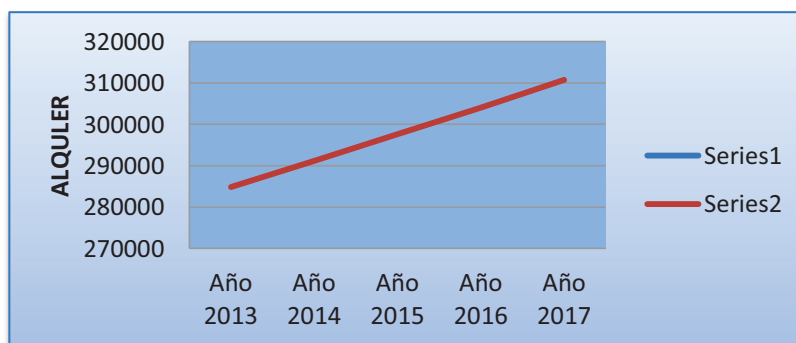
La proyección de la demanda se la realizó, demanda actual por el 1,75% porcentaje que corresponde al crecimiento de la población, dato obtenido del INEC.

GRÁFICO N° 17: DEMANDA PROYECTADA DE CONFECCIÓN



ELABORADO POR: El Investigador

GRÁFICO N° 18: DEMANDA PROYECTADA DE ALQUILER



ELABORADO POR: El Investigador

2.5.- Análisis de la Oferta

Según MIRANDA Miranda Juan José. (2006: Pág. 101). 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”

2.5.1.- Oferentes en el mercado

Los principales oferentes analizados para el mercado de Pujilí son:

CUADRO N° 21: EMPRESAS EXISTENTES

OFERENTES	DIRECCIÓN
ZONA ANDINA	AV. VELASCO IBARRA Y GABRIEL GARCÍA MORENO
CONFECCIONES MIRIAN LOVATO	GABRIEL GARCÍA MORENO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE
CONFECCIONES CONSUELITO	GABRIEL GARCÍA MORENO 3-04 Y JUAN SALINAS
FOLKLOR SANDRITA	RAFAEL MORALES Y JUAN SALINAS
NIÑO DE ISINCHE	BARRIO RUMIPAMBA
CARLITOS	AV. VELASCO IBARRA Y GABRIEL GARCÍA MORENO
CONFECCIONES DORA BEDON	BELISARIO QUEVEDO Y PADRE SALCEDO
EL PALACIO DEL FOLKLOR	QUIJANO Y ORDOÑEZ Y TARQUI
CONFECCIONES MARÍA BEDON	AMAZONAS Y GUAYAQUIL

FUENTE: Archivos del Departamento de Rentas y Catastros del GAD Municipal de Pujilí

ELABORADO POR: El Investigador

2.5.2.- Nivel de producción

De las empresas que actúan en nuestro mercado ninguna de ellas confeccionan trajes típicos, para dotar del servicio de alquiler se abastecen en talleres de confección especialmente de la ciudad de Latacunga que no solo confeccionan trajes típicos sino también ropa en general.

CUADRO N° 22: EMPRESAS OFERENTES DE ROPA FOLKLÓRICA

EMPRESAS	ALQUILER	VENTA
ZONA ANDINA	CANTIDAD	CANTIDAD
NOVIA DE SALACHE	60	8
TRAJES INTERNACIONALES	80	2
DANZANTE (HOMBRE)	10	7
DANZANTE (MUJER)	8	5
TRAJES DE LA COSTA	60	6
ARUCHICOS	50	8
KARANQUI	30	10
Subtotal	298	46
CONFECCIONES MIRIAN LOVATO	CANTIDAD	CANTIDAD
CHOLA	50	3
CHOLO	40	5
DANZANTE (HOMBRE)	10	10
DANZANTE (MUJER)	10	3
PERSONAJES DEL PASE DEL NIÑO	50	4
KARANQUI	40	5
DIABLO	25	9
Subtotal	225	39
CONFECCIONES CONSUELITO	CANTIDAD	CANTIDAD
CHOLA	70	5
CHOLO	70	3
DANZANTE (HOMBRE)	15	15
DANZANTE (MUJER)	15	5
CHAMPUSERO	60	2
PERSONAJES DEL PASE DEL NIÑO	50	7
PEGUCHES	40	5
Subtotal	320	42

FOLKLOR SANDRITA	CANTIDAD	CANTIDAD
CHOLA	60	2
CHOLO	40	3
CHAMPUSERO	40	1
PERSONAJES DEL PASE DEL NIÑO	50	3
DIABLO	25	5
Subtotal	215	14
NIÑO DE ISINCHE	CANTIDAD	CANTIDAD
NOVIA DE SALACHE	80	5
KARANQUI	20	8
DANZANTE (HOMBRE)	30	4
DANZANTE (MUJER)	5	5
CHAMPUSERO	60	9
PAYASO	30	2
DIABLO	48	1
Subtotal	273	34
CARLITOS	CANTIDAD	CANTIDAD
CHOLA	50	2
CHOLO	86	2
DANZANTE (HOMBRE)	30	8
DANZANTE (MUJER)	80	1
CHAMPUSERO	12	1
PAYASO	31	10
DIABLO	10	3
Subtotal	299	27
CONFECCIONES DORA BEDON	CANTIDAD	CANTIDAD
NOVIA DE SALACHE	10	4
CHOLO	10	3
DANZANTE (HOMBRE)	25	20
DANZANTE (MUJER)	10	1
CHAMPUSERO	80	10

PERSONAJES DE LA MAMA NEGRA	45	2
DIABLO	30	1
Subtotal	210	41
EL PALACIO DEL FOLKLOR	CANTIDAD	CANTIDAD
HUACOS	100	2
ZARAGUROS	20	7
NATABUELAS	45	9
DIABLO HUMA	60	5
CHAMPUSERO	95	14
PAYASO	35	2
DIABLO	45	2
Subtotal	400	41
CONFECCIONES MARÍA BEDON	CANTIDAD	CANTIDAD
CHOLA	50	10
CHOLO	20	8
ARACHICUS	90	5
CAYAMBEÑOS	100	2
PERSONAJES DE LA MAMA NEGRA	10	20
PAYASO	15	15
Subtotal	285	60
TOTAL ANUAL	30300	4128

FUENTE: Archivos del Departamento de Rentas y Catastros del GAD Municipal de Pujilí
 ELABORADO POR: El Investigador

El Investigador analizó el comportamiento de estas empresas para recolectar datos acerca de la posible competencia en el mercado hacia donde se proyecta la investigación con la finalidad de mejorar y brindar un servicio de calidad con precios competitivos cubriendo la demanda insatisfecha existente.

2.5.3. Oferta Histórica

CUADRO N° 23: OFERTA HISTÓRICA

AÑO	Oferta histórica de venta de ropa folklórica.
2008	3310,00
2009	3563,00
2010	3835,00
2011	4128,00
AÑO	Oferta histórica de alquiler de ropa folklórica.
2008	24293,00
2009	26150,00
2010	28149,00
2011	30300,00

FUENTE: Ministerio de Cultura de Cotopaxi.
ELABORADO POR: El Investigador.

Mediante fuentes secundarias se analizó la producción anual que tienen las empresas de ropa folklórica, datos que sirve como indicador para proyectar la oferta.

2.5.4.- Oferta Proyectada

Dentro de esta investigación para proyectar la oferta se tomara en cuenta los datos históricos de ropa folklórica tanto de confección como de alquiler, esta proyección se lo realizara por el método de regresión lineal, cuyas fórmulas para su cálculo son:

$$b1 = \frac{(\sum x * y - (\sum x * \sum y)/n)}{(\sum x^2 - ((\sum x)^2/n)}$$

$$bo = y - b1 * (x)$$

$$YP = b1x + bo$$

CUADRO N° 24: CÁLCULO REGRESIÓN LINEAL VENTA

x	y	x*y	x^2	YP
1	3310	3310	1	
2	3563	7126	4	
3	3835	11505	9	
4	4128	16512	16	
Σ 10	Σ 14836	Σ 38453	Σ 30	

ELABORADO POR: El Investigador.

CUADRO N° 25: CALCULO REGRESIÓN LINEAL ALQUILER

x	y	x*y	x^2	YP
1	24293	24293	1	
2	26150	52300	4	
3	28149	84447	9	
4	30300	121200	16	
Σ 10	Σ108892	Σ282240	Σ 30	

ELABORADO POR: El Investigador.

Así por ejemplo:

$$b_1 = \frac{(\sum x * y - (\sum x * \sum y)/n)}{(\sum x^2 - ((\sum x)^2/n)}$$

$$b_1 = \frac{(38453 - (10 * 14836)/4)}{(30 - (10)^2/4)}$$

$$b_1 = \frac{38453 - 37090}{30 - 25}$$

$$b_1 = \frac{1363}{5}$$

$$b_1 = 272,6$$

$$b_0 = y - b_1 * (x)$$

$$b_0 = 3709 - 272,6 * 2,5$$

$$b_0 = 3709 - 682$$

$$b_0 = 3027$$

$$YP = b_1x + b_0$$

$$YP = 272,6 * 5 + 3027$$

$$YP = 1362,5 + 3027$$

$$YP = 4391$$

Mediante la aplicación de estas fórmulas tenemos que la oferta para el año 2012 es 4391 en lo que se refiere a confección, de esta manera se proyecta la oferta para los siguientes años de los dos servicios a ofertarse, lo que se demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 26: OFERTA PROYECTADA

AÑO	OFERTA PROYECTADA DE VENTA
2012	4391,00
2013	4663,00
2014	4936,00
2015	5208,00
2016	5481,00
AÑO	OFERTA PROYECTADA DE ALQUILER
2012	32228,00
2013	34230,00
2014	36232,00
2015	38234,00
2016	40236,00

ELABORADO POR: El Investigador.

En este cuadro se demuestra la proyección basándose en el método de regresión lineal, datos que servirán encontrar la demanda insatisfecha.

2.6. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia que existe entre la demanda y oferta proyectada, esta brecha en nuestro caso es amplia dadas las características de los competidores puesto que no existe una oferta grande del trajes típicos por lo que los consumidores en épocas altas se ven obligados a adquirir y alquilar dichos trajes en Salcedo y Ambato.

CUADRO N° 27: DEMANDA INSATISFECHA ALQUILER

Año	Demanda Proyectada Alquiler	Oferta Proyectada Alquiler	Demanda Insatisfecha
2013	118.176	32.228	85.948
2014	120.244	34.230	86.014
2015	122.348	36.232	86.116
2016	124.489	38.234	86.255
2017	126.667	40.236	86.431

ELABORADO POR: El Investigador.

CUADRO N° 28: DEMANDA INSATISFECHA CONFECCIÓN

Año	Demanda Proyectada Confección	Oferta Proyectada Confección	Demanda Insatisfecha
2013	29.717	4.391	25.327
2014	30.237	4.663	25.574
2015	30.766	4.936	25.831
2016	31.305	5.208	26.096
2017	31.853	5.481	26.372

ELABORADO POR: El Investigador.

En los cuadros detallados anteriormente se puede observar que existe una demanda insatisfecha considerable que permite observar la viabilidad del proyecto, por lo tanto se pretende abarcar este mercado potencial poniendo mayor énfasis en satisfacer esta necesidad.

2.7.- Análisis de Precios

2.7.1.- Precio actual

El análisis de los precios se realizó tanto en la ciudad de Pujilí como en la ciudad de Latacunga con un trabajo de campo que arrojó los resultados que observamos en la tabla en la cual hemos calculado el precio promedio de cada uno de los tipos de trajes que se oferta en Pujilí y Latacunga.

CUADRO N° 29: PRECIOS ACTUALES DE ALQUILER ROPA FOLKLÓRICA

ALQUILER	
TRAJE	PRECIO ACTUAL
NOVIA DE SALACHE	8
TRAJES INTERNACIONALES	4
DANZANTE (HOMBRE)	15
DANZANTE (MUJER)	8
TRAJES DE LA COSTA	3
ARUCHICOS	7
KARANQUI	8
CHOLA	6
CHOLO	6
PERSONAJES DEL PASE DEL NIÑO	4
HUACOS	12
PEGUCHES	8
PERSONAJES DE LA MAMA NEGRA	25
ZARAGUROS	8
NATABUELAS	8
DIABLO HUMA	5
PAYASO	4
CAYAMBEÑOS	8

FUENTE: Archivos del Departamento de Rentas y Catastros del GAD Municipal de Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

**CUADRO N° 30: PRECIOS ACTUALES DE CONFECCIÓN
ROPA FOLKLÓRICA**

CONFECCIÓN	
TRAJE	PRECIO ACTUAL
NOVIA DE SALACHE	45
TRAJES INTERNACIONALES	15
DANZANTE (HOMBRE)	400
DANZANTE (MUJER)	60
TRAJES DE LA COSTA	20
ARUCHICOS	45
KARANQUI	110
CHOLA	60
CHOLO	35
PERSONAJES DEL PASE DEL NIÑO	25
HUACOS	120
PEGUCHES	50
PERSONAJES DE LA MAMA NEGRA	75
ZARAGUROS	70
NATABUELAS	90
DIABLO HUMA	70
PAYASO	20
CAYAMBEÑOS	95

FUENTE: Archivos del Departamento de Rentas y Catastros del GAD Municipal de Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

2.7.2. Precios proyectados.

El Investigador para poder proyectar los precios al futuro ha tomado como referencia el porcentaje de inflación del periodo 2012 alcanzado a un 5,33%, dato obtenido del Instituto Nacional de Estadistas y Censos INEC.

**CUADRO N° 31: PRECIOS PROYECTADOS DE ALQUILER
ROPA FOLKLÓRICA**

ALQUILER					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
NOVIA DE SALACHE	8,43	8,88	9,35	9,85	10,37
TRAJES INTERNACIONALES	4,21	4,44	4,67	4,92	5,19
DANZANTE (HOMBRE)	15,80	16,64	17,53	18,46	19,45
DANZANTE (MUJER)	8,43	8,88	9,35	9,85	10,37
TRAJES DE LA COSTA	3,16	3,33	3,51	3,69	3,89
ARUCHICOS	7,37	7,77	8,18	8,62	9,08
KARANQUI	8,43	8,88	9,35	9,85	10,37
CHOLA	6,32	6,66	7,01	7,39	7,78
CHOLO	6,32	6,66	7,01	7,39	7,78
PERSONAJES DEL PASE DEL NIÑO	4,21	4,44	4,67	4,92	5,19
HUACOS	12,64	13,31	14,02	14,77	15,56
PEGUCHES	8,43	8,88	9,35	9,85	10,37
PERSONAJES DE LA MAMA NEGRA	26,33	27,74	29,21	30,77	32,41
ZARAGUROS	8,43	8,88	9,35	9,85	10,37
NATABUELAS	8,43	8,88	9,35	9,85	10,37
DIABLO HUMA	5,27	5,55	5,84	6,15	6,48
PAYASO	4,21	4,44	4,67	4,92	5,19
CAYAMBEÑOS	8,43	8,88	9,35	9,85	10,37

FUENTE: Archivos del Departamento de Rentas y Catastros del GAD Municipal de Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

**CUADRO N° 32: PRECIOS PROYECTADOS DE CONFECCIÓN
ROPA FOLKLÓRICA**

CONFECCIÓN					
AÑO	2013	2014	2015	2016	2017
NOVIA DE SALACHE	47,40	49,92	52,59	55,39	58,34
TRAJES INTERNACIONALES	15,80	16,64	17,53	18,46	19,45
DANZANTE (HOMBRE)	421,32	443,78	467,43	492,34	518,59
DANZANTE (MUJER)	63,20	66,57	70,11	73,85	77,79
TRAJES DE LA COSTA	21,07	22,19	23,37	24,62	25,93
ARUCHICOS	47,40	49,92	52,59	55,39	58,34
KARANQUI	115,86	122,04	128,54	135,39	142,61
CHOLA	63,20	66,57	70,11	73,85	77,79
CHOLO	36,87	38,83	40,90	43,08	45,38
PERSONAJES DEL PASE DEL NIÑO	26,33	27,74	29,21	30,77	32,41
HUACOS	126,40	133,13	140,23	147,70	155,58
PEGUCHES	52,67	55,47	58,43	61,54	64,82
PERSONAJES DE LA MAMA NEGRA	79,00	83,21	87,64	92,31	97,23
ZARAGUROS	73,73	77,66	81,80	86,16	90,75
NATABUELAS	94,80	99,85	105,17	110,78	116,68
DIABLO HUMA	73,73	77,66	81,80	86,16	90,75
PAYASO	21,07	22,19	23,37	24,62	25,93
CAYAMBEÑOS	100,06	105,40	111,01	116,93	123,16

FUENTE: Archivos del Departamento de Rentas y Catastros del GAD Municipal de Pujilí
ELABORADO POR: El Investigador

2.8.- Análisis de la Comercialización

El proceso de distribución constituye el mecanismo que utiliza el proyecto para movilizar los bienes desde el lugar de producción hasta el lugar donde los clientes realizan la compra.

Los canales pueden ser directos, cuando la compañía distribuye por su cuenta y riesgo los productos hacia los clientes e indirectos, cuando la compañía coloca sus productos en el mercado a través de intermediarios. La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

La importancia del proceso de distribución radica en la necesidad de estar lo más cerca posible del cliente por cuanto es a partir de este contacto que se puede mantener control sobre el producto terminado que llega al cliente final. Si no es posible controlar la calidad del producto en el mercado final, puede existir el riesgo de no satisfacer las necesidades reales de la población.

Para nuestro proyecto utilizaremos un canal de distribución directo puesto que la relación cliente – proveedor se la realiza en el mismo local de la empresa.

2.9. Conclusión

Al concluir el capítulo II, en referencia al estudio de mercado, se concreto todo el proceso metodológico, en donde se definió el problema, la solución mismo, enfocándome en el cumplimiento de los objetivos, se aplicó la encuesta a la población muestral tanto urbana como rural del cantón Pujilí.

Luego de obtener los resultados y frente al análisis e interpretación de los mismos se pudo establecer el análisis de demanda, demanda actual, demanda proyectada, oferta histórica, demanda insatisfecha, un análisis de precios que luego van a servir de base la creación de una nueva empresa de confección y alquiler de ropa folklórica.

Todo este proceso de lo puedo realizar gracias a la utilización del método de la Estadística descriptiva e inferencial.

Cabe anotar que todo el proceso concerniente al estudio de mercado es muy fundamental para tomar decisiones presentes y futuras que ayudan al desarrollo personal y de la comunidad misma, pensando siempre en el bienestar social y económico de las personas inmersas en la investigación y fuera de ella.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERA

3. DEFINICIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO TÉCNICO

En la investigación del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en la ciudad de Pujilí, provincia de Cotopaxi, el estudio técnico indicará la posibilidad de fabricar el producto y determinar el tamaño, localización óptima, equipos e instalaciones requeridas para realizar la producción.

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

3.1. Objetivos del Estudio Técnico

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación de la ropa folklórica que se pretenden ofertar en el mercado.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, las maquinarias e instalaciones y todo lo concerniente para la producción.

3.2. Tamaño

Para poder realizar este análisis para la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica se consideraran factores que inciden directamente en la ejecución del proyecto y la información obtenida en el estudio de mercado.

3.2.1. Tamaño en Función del Mercado

De acuerdo al análisis técnico realizado, el tamaño en función del mercado, está en relación a la demanda insatisfecha, mediante la cual la nueva empresa tendrá como propósito satisfacer las necesidades de los consumidores, considerando que esto es uno de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto, se analizará el siguiente cuadro.

CUADRO N° 33: DEMANDA INSATISFECHA ALQUILER

Año	Demanda Proyectada Alquiler	Oferta Proyectada Alquiler	Demanda Insatisfecha
2013	118.176	32.228	85.948
2014	120.244	34.230	86.014
2015	122.348	36.232	86.116
2016	124.489	38.234	86.255
2017	126.667	40.236	86.431

ELABORADO POR: El Investigador

CUADRO N° 34: DEMANDA INSATISFECHA CONFECCIÓN

Año	Demanda Proyectada Confección	Oferta Proyectada Confección	Demanda Insatisfecha
2013	29.717	4.391	25.327
2014	30.237	4.663	25.574
2015	30.766	4.936	25.831
2016	31.305	5.208	26.096
2017	31.853	5.481	26.372

ELABORADO POR: El Investigador

Se concluye que la intención de la empresa de ropa folklórica es cubrir en gran parte esta demanda, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los futuros clientes, puesto que hay que producir lo que el mercado requiere.

3.2.2. El tamaño y materias primas.

Para la realización del presente proyecto de factibilidad que se está desarrollando se ha identificado al siguiente proveedor:

RENJITEX, será el proveedor directo el mismo que nos proporcionara telas, hilos y encajes, nuestro futuro proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Latacunga. Calles Félix Valencia y Calixto pino.

En caso de que nuestro proveedor principal no disponga de materia prima que se requiere para el proceso de producción se considerará a Almacenes Oña como proveedor alternativo.

3.2.3. Tamaño y mano de obra

CUADRO N° 35: MANO DE OBRA

Directa	Cantidad
Costureras	3
Diseñador	1
Obreros	5
Indirecta	Cantidad
Administrador	1
Secretaria	1
Contador	1
Transportista	1
TOTAL	13

ELABORADO POR: El Investigador.

3.2.4. *Tamaño y financiamiento.*

Es imprescindible señalar que para el proyecto de factibilidad es importante destinar la asignación de los recursos de manera adecuada, de tal manera que el 70% de la inversión requerida será desembolsada por las aportaciones de los accionistas y la diferencia será financiada por instituciones crediticias.

3.2.5. *Tamaño propuesto.*

CUADRO N° 36: TAMAÑO PROPUESTO

Año	Demanda Insatisfecha Alquiler	Tamaño Propuesto	Porcentaje de captación
1	85.948	36957	43%
2	86.014	38706	45%
3	86.116	43058	50%
4	86.255	47440	55%
5	86.431	51859	60%
Año	Demanda Insatisfecha Confección	Tamaño Propuesto	Porcentaje de captación
1	25.327	3799	15%
2	25.574	5115	20%
3	25.831	5941	23%
4	26.096	6524	25%
5	26.372	7384	28%

ELABORADO POR: El Investigador

3.3. Plan de Producción.

CUADRO N° 37: PLAN DE PRODUCCIÓN

PRODUCTOS	PRODUCCIÓN ESTIMADA			
	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
2013				
Alquiler	101	711	3.080	36.957
Confección	10	73	317	3.799
2014				
Alquiler	106	744	3.226	38.706
Confección	14	98	426	5.115
2015				
Alquiler	118	828	3.588	43.058
Confección	16	114	495	5.941
2016				
Alquiler	130	912	3.953	47.440
Confección	18	125	544	6.524
2015				
Alquiler	142	997	4.322	51.859
Confección	20	142	615	7.384

ELABORADO POR: El Investigador

3.4. Localización.

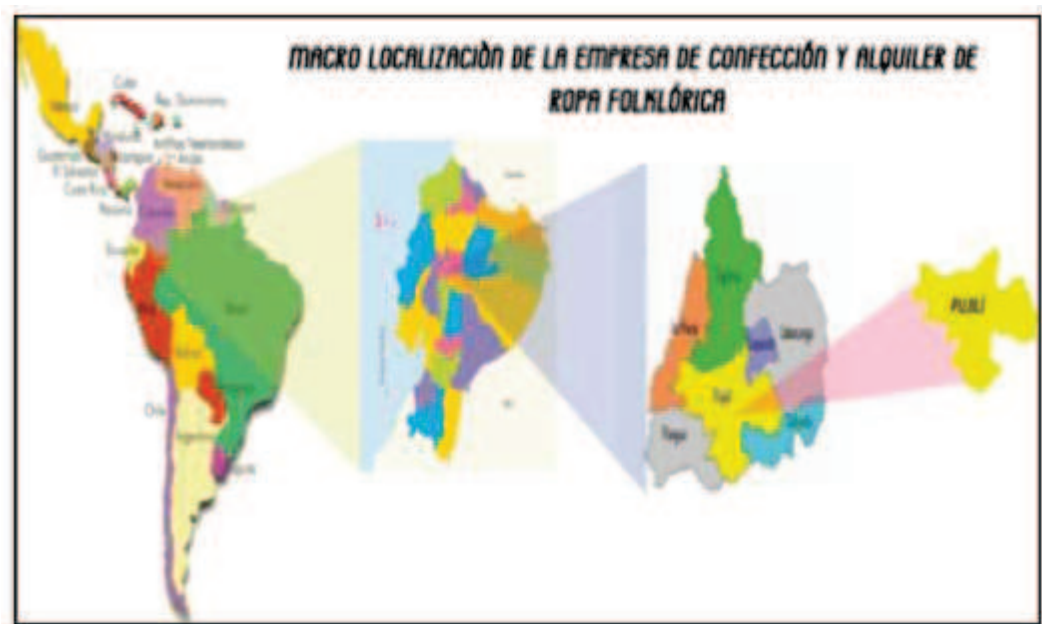
La localización de la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica “APUK” se realizó tomando en cuenta la disminución de costos en cuanto a transporte y en la rapidez del servicio cubriendo las exigencias o requerimientos de los posibles clientes y de esta forma permitirá maximizar la rentabilidad del inversionista.

3.4.1. Macro localización

Tomando en cuenta los factores que con más frecuencia condicionaran el desarrollo óptimo para nuestro negocio, se concluye que la futura empresa de confección y alquiler de ropa folklórica, deberá estar ubicado en el Ecuador,

región Sierra, zona Centro, provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí, debido a su riqueza en tradición y un sinnúmero de manifestaciones culturales durante todo el año, por otro lado se toma en cuenta la disponibilidad y facilidad al momento de requerir la de mano de obra, materia prima, infraestructura y servicios básicos que se va aprovechar para que contribuyan y den una ventaja competitiva para el proyecto.

GRÁFICO N° 19: MACRO LOCALIZACIÓN



ELABORADO POR: El Investigador

3.4.2. Micro localización

Con el propósito de determinar el lugar preciso donde se ubicará la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica, se realiza la siguiente Matriz de Localización con el objeto de definir posibles lugares:

CUADRO N° 38: MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

N°	Variable	Peso	CHIMBACALLE		ROSITA PAREDES		BELLAVISTA		ORIENTE	
			Califi.	Ponde.	Califi.	Ponde.	Califi.	Ponde.	Califi.	Ponde.
1	Relevancia comercial	10	4	0,4	4	0,4	2	0,2	2	0,2
2	Accesibilidad	12	5	0,6	5	0,6	3	0,36	3	0,36
3	Servicios básicos	10	2	0,2	5	0,5	5	0,5	5	0,5
4	Espacio físico.	15	3	0,45	5	0,75	2	0,3	2	0,3
5	Materia Prima	10	3	0,3	4	0,4	3	0,3	3	0,3
6	Competencia	15	3	0,45	5	0,75	3	0,45	3	0,45
7	Proveedores	12	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36
8	Disponibilidad de Materia Prima	8	5	0,4	3	0,24	3	0,24	3	0,24
9	Medios de transporte	5	4	0,2	5	0,25	4	0,2	3	0,15
10	Aceptación de la Comunidad	3	4	0,12	5	0,15	4	0,12	4	0,12
	TOTAL	100%		3,48		4,4		3,03		2,98

ELABORADO POR: El Investigador

Luego de realizar la Matriz de Localización se establece que la empresa se ubicara en la provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí, barrio Rosita Paredes entre las calles Olmedo y Luis Antonio Rivadeneira, ya que cuenta con la mayor cantidad de exigencias tales como relevancia comercial, accesibilidad, materia prima, mano de obra entre otros, para una óptima localización y de esta manera se logra incrementar de una forma competitiva la rentabilidad del proyecto.

GRAFICO N° 20: CROQUIS DE MICRO LOCALIZACIÓN



ELABORADO POR: El Investigador


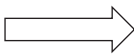






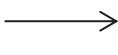
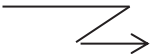


3.5. Ingeniería del Proyecto

Se considera como el arte de tomar decisiones que son importantes y trascendentales para la consecución del proyecto, con el fin de obtener posibles soluciones a un problema, se debe considerar dos aspectos como son la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso productivo hasta los requerimientos del proyecto.

3.5.1. Proceso Productivo

En el proceso productivo se detalla los pasos sistemáticas se sigue en los diferentes procesos de producción hasta obtener el producto final.

SÍMBOLOS PARA DIAGRAMA DE FLUJO

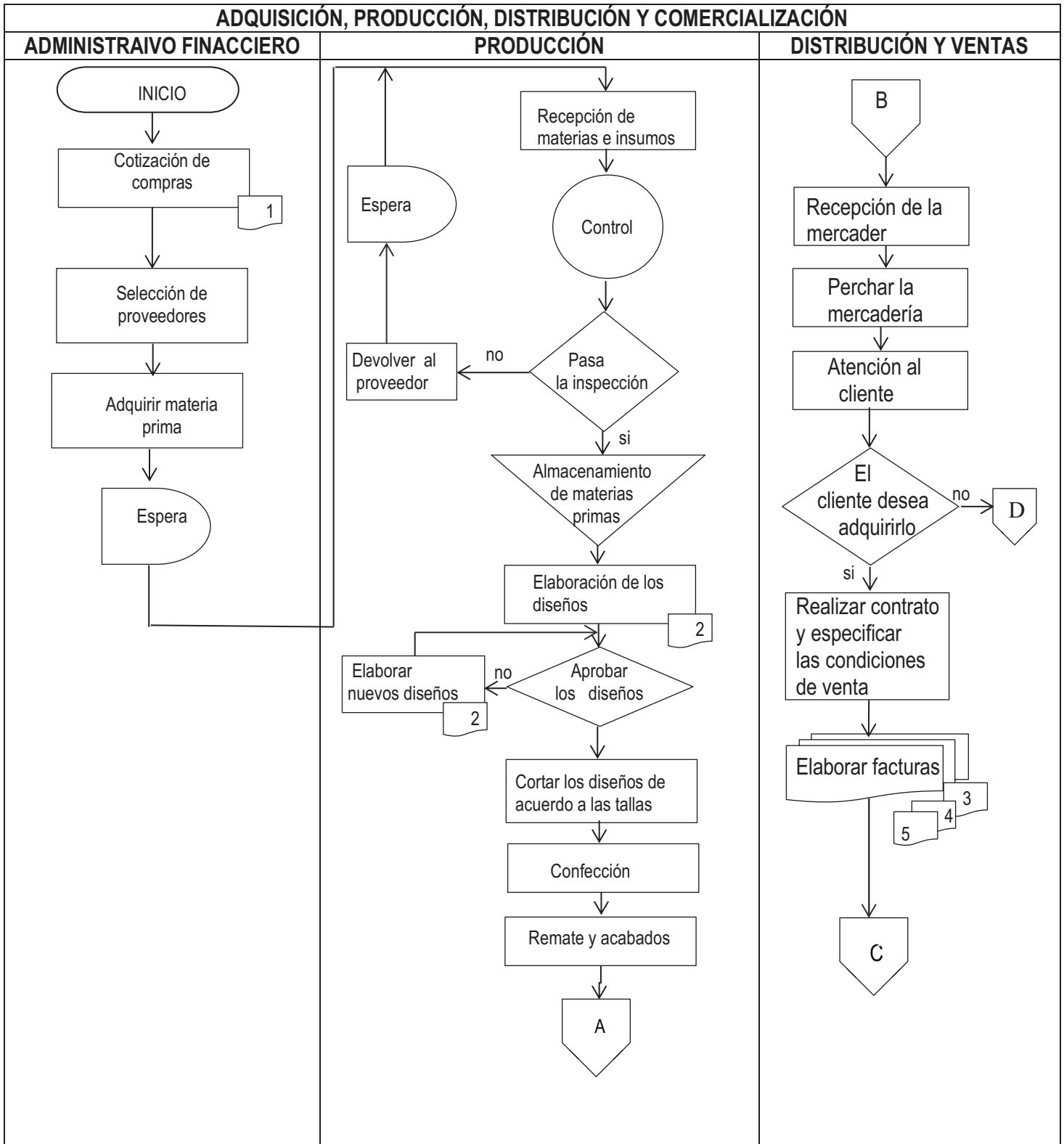
SÍMBOLO	SIGNIFICADO
 OPERACIÓN	Utilice este símbolo cada vez que ocurra un cambio en un ítem.
 TRANSPORTE	Utilícelo para indicar el movimiento del output entre locaciones.
 DECISIÓN	Coloque un diagrama en aquel punto del proceso en el cual debe formarse una decisión.
 INSPECCIÓN	Utilícelo para indicar que el flujo del proceso se ha detenido.
 DOCUMENTACIÓN	Utilícelo para indicar que el output de una actividad incluyó información registrada en papel.
 DEMORA	Utilícelo cuando un ítem o persona debe esperar o cuando se coloca un almacenamiento provisional.
 ALMACENAMIENTO	Utilícelo cuando exista una condición de almacenamiento controlado.
 NOTACIÓN	Utilícelo conectado al diagrama por medio de una línea punteada para registrar información adicional sobre el símbolo al cual está conectado.
 DIRECCIÓN	Utilícelo para denotar la dirección y el orden que corresponden a los pasos del proceso.
 TRANSMISIÓN	Utilícela para identificar aquellos casos en los cuales ocurre la transmisión inmediata de la información.
 CONECTOR	Empléelo con una letra dentro del mismo al final de cada diagrama de flujo.
 LÍMITES	Utilícelo para indicar el inicio y el fin del proceso.

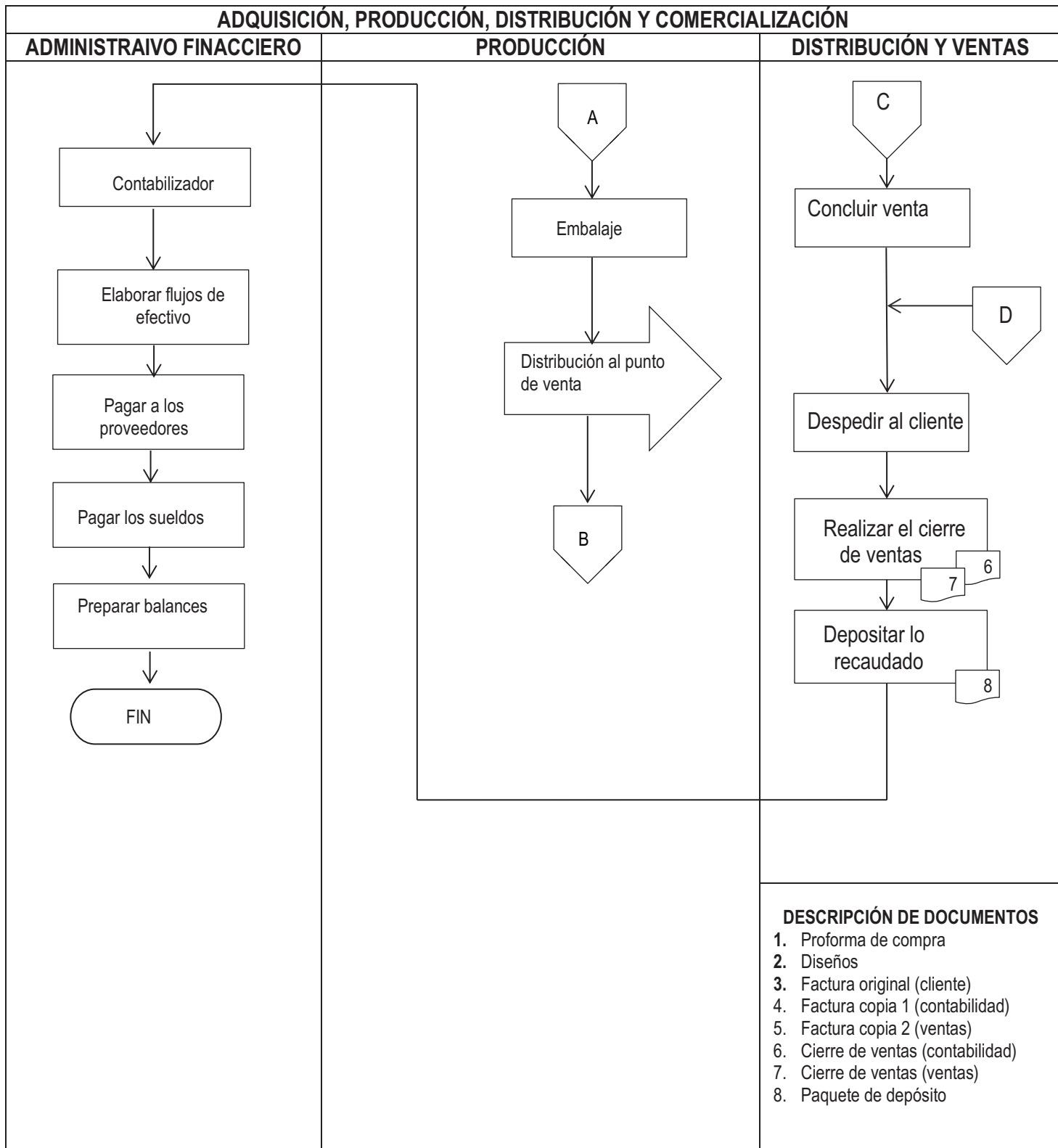
ELABORADO POR: El Investigador

CUADRO N° 39: PROCESO DE PRODUCCIÓN DE ROPA FOLKLÓRICA

DIAGRAMA DE FLUJO FUNCIONAL











ADQUISICIÓN, PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN





ELABORADO POR: El Investigador

CUADRO N° 40: CURSOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE ROPA FOLKLÓRICA

Diagrama N° 1	Material							
	ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTA	ECONOMÍA				
Método actual	Operación 	5						
Área de Diseño	Transporte 	2						
Operarios: 4	Espera 	0						
Fecha: 13/11/2012	Inspección 	1						
Actividad: recibir, diseñar, confeccionar, embalar y almacenar	Almacenamiento 	3						
	Distancia (Metros)	252						
DESCRIPCIÓN	DISTANCIA (m)	TIEMPO (min)	SÍMBOLOS		OBSERVACIONES			
								
Recepción de materia prima e insumos.		ND						Manual
Control de materia prima e insumos.		25						Natural
Almacenamiento de materia prima e insumos.		60						Manual
Elaboración y aprobación de diseño.		120						Manual
Trasladar la materia prima e insumos al área de producción.	12	20						Manual
Cortar los diseños de acuerdo a las tallas		120						Manual
Confección.		180						Manual
Remate y acabados.		60						Manual
Embalaje de producto terminado.		35						Manual
Traslado del área de almacenamiento del producto terminado.	12	20						Manual
Almacenamiento		25						Manual
TOTAL	24	665						

ELABORADO POR: El Investigador

PROCESO DE PRODUCCIÓN: DE CONFECCIÓN DE ROPA FOLKLÓRICA

1. Recepción de la tela

El proceso de producción inicia con la llegada de la tela, cuya cantidad dependerá del número de piezas que el cliente requiera, así para cada pantalón que se va a confeccionar se requiere una yarda y un cuarto de tela.

2. Control de calidad

Es indispensable realizar un control de calidad de la materia prima que llega ya que de esto depende la satisfacción y la fidelidad del cliente, luego se envía al área de diseño.

3. Patronaje

El patronaje consiste en crear moldes de confección de medidas exactas, susceptibles de ser utilizados en el trazo sobre las telas, de forma que no haya variaciones de dimensiones entre prendas que hayan sido trazadas con el mismo molde.

Debido a las características de estiramiento en las telas de tejido de punto, el mejor método para hacer patrones es único: hacer muestras, muestras, y más muestras.

Antes de comprar un lote de tela y confeccionarlo, es necesario producir una o más muestras, y en algunos casos se debe hacer un juego de moldes para las diferentes variaciones de elasticidad.

4. Trazo

El trazo consiste en dibujar sobre la tela las prendas que se van a confeccionar, utilizando los moldes requeridos para ello.

El trazo debe realizarse tratando de lograr una distribución lo más compacta posible, aprovechando al máximo la superficie de la tela, y disminuyendo así el porcentaje de tela desperdiciada. Para este efecto se tomará como referencia las medidas de la tela (largo y ancho).

Antes de trazar debe verificarse que los moldes estén bien colocados sobre la tela, es decir, con la línea de aplomo paralela al orillo de ésta, y que sus bordes de costura coincidan. Además de esto, deben revisarse los piquetes, las medidas, y que el número de moldes completos.

El trazo se hace sobre un papel, que debe tener el mismo largo y ancho del tendido, teniendo cuidado que todas las partes de los moldes estén incluidas.

Solo si se van a cortar telas a rayas o cuadros se aconseja hacer el trazo directamente en la última capa del tendido, con el fin de controlar que los moldes queden derechos con relación a las rayas.

Es muy importante, cuando se está trazando, que se controle el grueso de la línea del lápiz, pues un contorno grueso trae desperdicio de tela, o inseguridad en el corte.

Cuando el trazo se va a repetir varias veces, y con el fin de que todas las copias queden exactas, lo indicado es que al trazo original se le saquen copias heliográficas, tantas veces como se repita el corte.

Es importante confeccionar como mínimo una prenda, aunque lo ideal sería confeccionar más de cinco (8 a 10) prendas en la tela original, y luego proceder con la producción. Así se corregiría cualquier problema que se pueda presentar, y además se verificarían las medidas finales.

La forma moderna de trazar es por medio de un programa de computador. Este sistema ahorra tiempo, es más preciso, y permite escoger la distribución más óptima de las prendas, con lo que se reduce el desperdicio.

5. Tendido de la tela

Consiste en extender las capas de tela de manera uniforme a lo largo de la mesa de corte, para inmediatamente proceder a cortar.

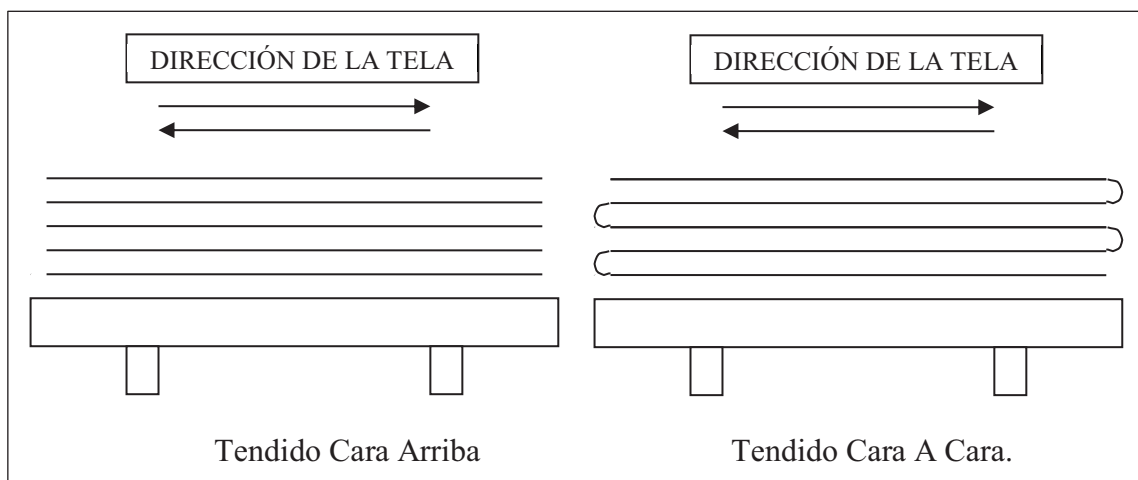
El tendido debe realizarse tratando de maltratar la tela lo menos posible, sobre todo en cuanto a estirones, que en el tejido de punto deforman bastante la tela.

Una vez que la tela ha sido extendida hasta formar capas más o menos altas, de unos 10 a 20 cm aproximadamente, se la deja “descansar” sobre la mesa de corte, preferiblemente en la noche. Hacer vibrar o golpear la mesa de corte durante y después del tendido, contribuye también al relajamiento de la tela.

Deben evitarse las dobladuras y/o aglomeraciones de tela en cualquier punto de la mesa, puesto que éstas producen cortes defectuosos.

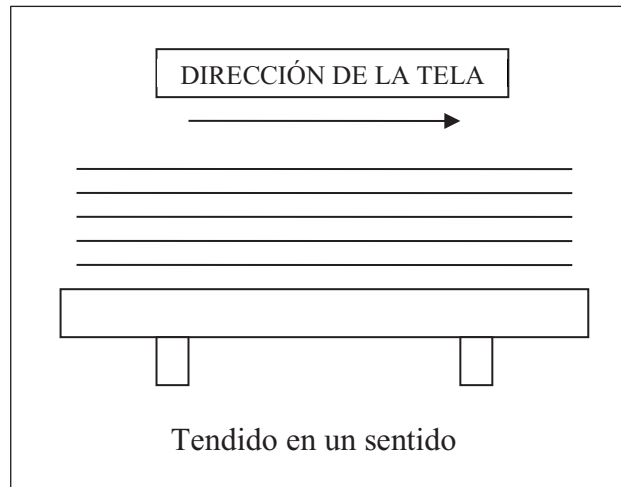
Además, la mesa de corte debe estar lisa y pulida, libre de asperezas y abolladuras, a fin de evitar agarres y roturas de tela al momento del tendido. Las dimensiones de la mesa de corte varían considerablemente, y dependen de la producción de cada empresa, así como de las necesidades específicas de utilización.

GRÁFICO N° 21 TENDIDO DE LA TELA



ELABORADO POR: El Investigador

GRÁFICO N° 22: TENDIDO DE LA TELA



ELABORADO POR: El Investigador

6. Corte

El corte corresponde a la primera de las tres etapas operativas de producción. Las prendas que han sido dibujadas sobre la tela son cortadas, siguiendo los bordes de los dibujos trazados.

El corte se realiza en dos o más puntos de la tela, según la facilidad y conveniencia que se presenten, o a su vez, puede empezar en un extremo de la mesa y terminarse en el otro, sin hacer saltos de un lado a otro.

El operador debe tener la suficiente destreza y cuidado para sostener la máquina al momento de cortar, pues la cuchilla tiene un filo muy agudo y peligroso, de modo que “si se le va la mano”, puede dañar una considerable cantidad de tela, o a su vez, provocarse él mismo heridas severas. Es recomendable por tanto, manejar la máquina despacio, y que mientras se efectúe el corte nadie moleste al operador, para evitar desconcentraciones y posibles fallos de corte.

Es importante también que antes de producirse el corte se revise si los moldes han sido señalados correctamente, que la línea de aplomo esté paralela con el

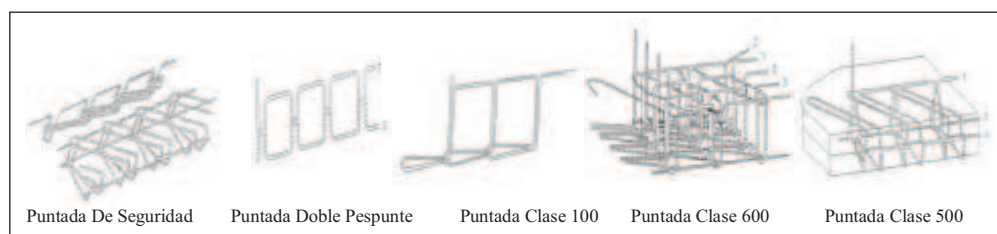
orillo, que la combinación de la tela sea adecuada para un mejor rendimiento del tejido, y que las piezas estén completas igualmente en las espigas y empates.

7. Unión o confección.

Esta fase de la confección se realiza una vez terminado el corte de las piezas de tela, y consiste en el ensamblaje de las mismas para formar la prenda que se pretende obtener, utilizando las máquinas de unión como las overlocks, las rectas, las recubridoras, etcétera, cuyo elemento de unión lo constituyen las puntadas.

En el proceso de unión son muy importantes los siguientes elementos: puntadas, costuras, agujas, mecanismo de arrastre e hilos. Se selecciona las partes cortadas en donde va el bordado, para mediante una maquina plasmar el diseño seleccionado.

GRÁFICO N° 23: TIPOS DE PUNTADAS



ELABORADO POR: El Investigador

8. Bordado

El bordado es la labor de embellecimiento de una prenda mediante dibujos realizados con hilos sobre la superficie de las mismas. Es un adorno en punto sobre cualquier prenda folklórica, así como sobre cuero, papel y otros materiales.

Los bordados tienen una finalidad tanto funcional como puramente decorativa. En los trabajos de aplicación, se superponen al tejido para que los hilos del bordado contrasten con el fondo.

Los puntos o puntadas decorativas son conocidos por nombres tales como de cadeneta, de manta, de pluma, de nudos, de raso, de cruz o gross point, y el de gobelino, medio punto o petit point.

Normalmente el hilo es de seda, lana, algodón o lino. También se utiliza alambre fino y, en algunas labores del siglo XX, fibras sintéticas.

9. Acabado

El acabado de las prendas de confección se refiere a la realización de diferentes operaciones sobre las prendas, con el fin de embellecerlas y terminarlas, como la colocación de ojales en las prendas, la inserción de botones, el remate (eliminación de hilos sueltos y papeles de diseños), el planchado, y también algún acabado particular que se dé a las prendas, como el bordado.

Para realizar estas operaciones se utilizan las máquinas ojaladoras, botonadoras, bordadoras y las planchas comunes o hidráulicas.

10. Empaque

El producto terminado es empacado en bolsas biodegradables.

11. Almacenamiento

Las prendas de folklóricas son llevadas al almacén para su venta.

12. Comercialización

El producto es vendido algunas veces en planta, otras veces se transporta al extranjero directamente en camiones provistos de frío para mantener la temperatura adecuada entre 4-6° C.

3.5.2. Distribución física

La infraestructura física para la nueva empresa de Confección y Alquiler de Ropa Folklórica es sencillo y económicamente accesible, se precisa de equipos y utensilios básicos que conjuntamente con el cumplimiento de normas sanitarias e higiene son indispensables para la producción de un alimento de óptima calidad.

Para lo cual se construirá de las siguientes dimensiones lineales superficiales y volumétricas para cada área el mismo que posee de las siguientes dimensiones: 15 m de largo y 8 m de ancho dando un total de 120 metros cuadrados de construcción de la planta.

Área de producción.

Dentro del área de producción para la distribución física en la cual se colocara la maquinaria para la confección, el proceso inicial hasta tener el producto terminado y tendrá la dimensión de 4 x 8 metros cuadrado dando un total de 32 metros cuadrados.

Área de almacenamiento de materia prima.

Para el almacenaje de la materia prima la empresa cuenta con un departamento asignado específicamente para su cuidado y protección de las mismas, tomando en cuenta claridad y ventilación. Tiene un área de 2 X 4 con un total de 10 metros cuadrados.

Área de bodega de materia prima. Instrumentos

Para el área administrativa contempla las siguientes dimensiones, una oficina de 4 x 3 metros cuadrados, servicios higiénicos de 1.5 x 4 metros cuadrados para hombres y mujeres, quedando el módulo de 18 metros cuadrados.

Almacén

En esta dependencia el espacio distribuido es de 4 X 4 metros cuadrados con un total de 16 metros cuadrados.

Área de almacenamiento de productos terminados.

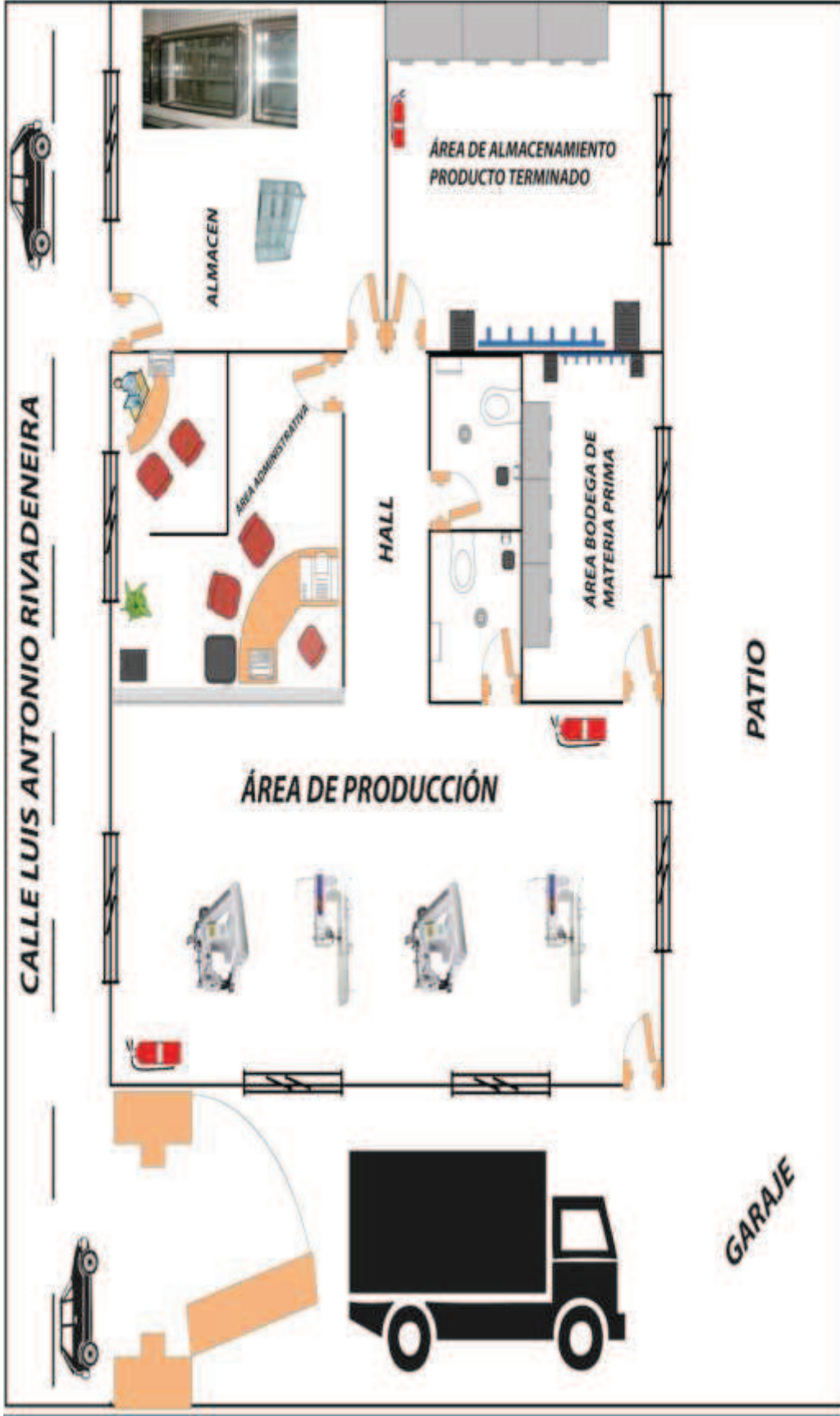
En esta dependencia el espacio distribuido es de 4 X 4 metros cuadrados con un total de 16 metros cuadrados.

Para el espacio de la parte externa de la empresa la dimensión del patio de carga y descargo es de 20 x 3 metros cuadrados, para el espacio ensayos y sugerencias de pasos para la vestimenta que escoja se ha asignado un total 144 metros cuadrados.

En lo concerniente a la estructura física e instalaciones de las empresa la norma establece, entre otras exigencias que las paredes, pisos, techos deben ser contruidos de material resistente al agua.

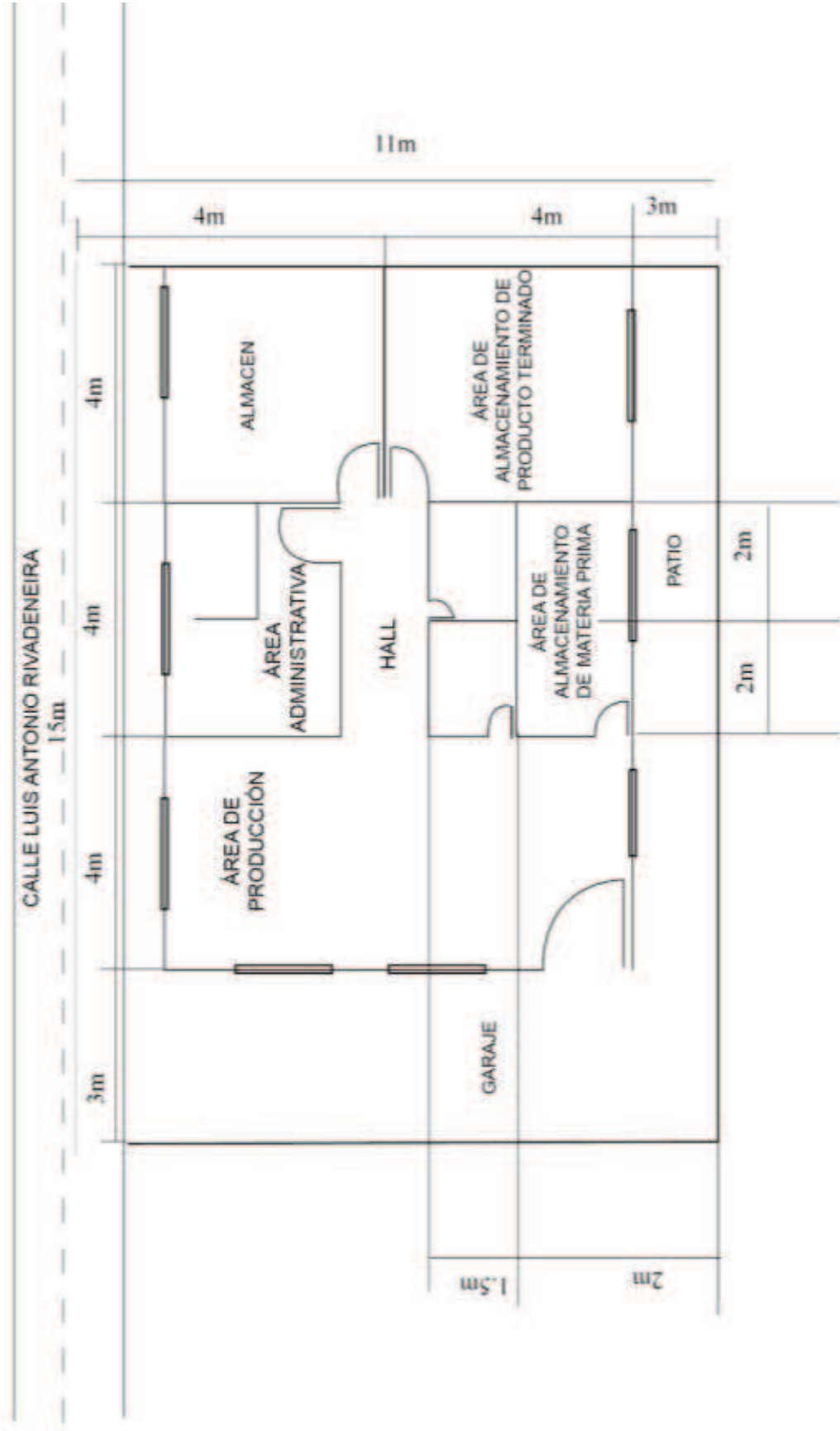
El acabado de las superficies debe ser liso para facilitar la limpieza y evitar la acumulación de impurezas.

GRAFICO N° 24: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



ELABORADO POR: El Investigador

GRAFICO N° 25: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA CON DIMENSIONES



3.5.3. *Requerimientos del proyecto*

CUADRO N° 41: TERRENO.

DESCRIPCIÓN	m ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL.
Terreno ubicado en el barrio Rosita Paredes	300	\$ 66,67	\$ 20.000,00

ELABORADO POR: El Investigador

Para construir la planta de confección es necesario adquirir un terreno que tendrá como valor de \$20.000 americanos, dimensión que será distribuida para las diferentes áreas de la empresa.

CUADRO N° 42: EDIFICIOS, CONSTRUCCIONES

DESCRIPCIÓN	m ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL.
Área de producción.	32 m ²	\$ 252,00	\$ 8.064,00
Área de almacenamiento de materia prima.	10 m ²	\$ 200,00	\$ 2.000,00
Área de bodega de materia prima.	18 m ²	\$ 225,00	\$ 4.050,00
Almacén	16 m ²	\$ 355,00	\$ 5.680,00
Área de almacenamiento de productos terminados.	16 m ²	\$ 120,00	\$ 1.920,00
Espacio de la parte externa de la empresa área de carga y descarga.	114 m ²	\$ 80,00	\$ 9.120,00
Patio recreacional	60 m ²	\$ 80,00	\$ 4.800,00
TOTAL			\$35.634,00

ELABORADO POR: El Investigador

Para la planta de producción de la empresa de Confección y Alquiler de Ropa folklórica se construirá un total de 250 metros cuadrados y con un valor de 35.634,00 dólares americanos.

CUADRO N° 43: EQUIPOS Y MAQUINARIAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL.
Maquina Overlock	2	\$ 1.100,00	\$ 2.200,00
Maquina Recta	2	\$ 1.100,00	\$ 2.200,00
Maquina Recubridora	2	\$ 1.400,00	\$ 2.800,00
Maquina Cortadora	1	\$ 420,00	\$ 420,00
Bordadora industrial computarizada 2 c. 9 a	1	\$ 18.500,00	\$ 18.500,00
Plancha Industrial La Hoz	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Tijeras	6	\$ 18,00	\$ 108,00
Cortadora eléctrica de tela	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Tizas Sastre	36	\$ 0,75	\$ 27,00
Reglas (Juego)	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Moldes de corte (Juego)	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Mesas de trabajo para trazo y corte	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Cinta métrica	12	\$ 2,50	\$ 30,00
Alfileres (cajas)	5	\$ 4,00	\$ 20,00
Agujas de coser punta dorada (PAÑOS)	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Enhebradores de agujas	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Abre ojales	12	\$ 3,50	\$ 42,00
Alfileres de gancho (caja)	5	\$ 5,00	\$ 25,00
TOTAL			\$ 28.012,00

ELABORADO POR: El Investigador

La inversión que se necesitará en equipo y maquinaria que se a utilizar para el proceso de producción será de 28.012,00 de dólares americanos.

CUADRO N° 44: VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL.
Camioneta. LUV DIMAX	1	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00
TOTAL			\$ 23.000,00

ELABORADO POR: El Investigador

Para facilitar la distribución de nuestro servicio se adquirirá una camioneta LUV DIMAX cuyo valor es de 23.000,00 de dólares americanos.

CUADRO N° 45: MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL.
Silla	20	\$ 25,00	\$ 500,00
Cesto	5	\$ 7,00	\$ 35,00
Estaciones de trabajo	9	\$ 45,00	\$ 405,00
Estantería	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Vitrinas	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Escritorio	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Archivador	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Escobas de cerda plástica	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Palas	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Microfibras de limpieza	12	\$ 1,70	\$ 20,40
TOTAL			\$ 1.842,40

ELABORADO POR: El Investigador

La inversión que se necesitará en Mueles y Enseres que se a utilizar para el proceso de producción será de \$ 1.842,40 de dólares americanos.

CUADRO N° 46: GASTOS DE CONSTITUCIÓN.	
DESCRIPCIÓN.	VALOR TOTAL.
Asesoría jurídica.	\$ 3.000,00
TOTAL	\$ 3.000,00

ELABORADO POR: El Investigador

Para los gastos de constitución de la empresa se estima un gasto de \$3.000,00, el mismo que estará distribuido en pagos de permisos, patentes, etc.

CUADRO N° 47: GASTOS DE CAPACITACIÓN EMPLEADOS.	
DESCRIPCIÓN.	VALOR TOTAL.
Capacitación	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 1.000,00

ELABORADO POR: El Investigador

Para garantizar el buen desenvolvimiento del talento humano con el que contará la empresa, se desarrollará talleres de capacitación motivacionales y de actualizaciones de estrategias sobre las variables del comportamiento del mercado, mismo que tendrá un costo de \$1000,00.

CUADRO N° 48: GASTOS DE INSTALACIÓN Y MONTAJE.

DESCRIPCIÓN.	VALOR TOTAL.
Instalación y montaje	\$ 8.000,00
TOTAL	\$ 8.000,00

ELABORADO POR: El Investigador

CUADRO N° 49: MANO DE OBRA DIRECTA.

DETALLE	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL.
Costureras	3	\$ 315,000	\$ 11.340,000
Diseñador	1	\$ 315,000	\$ 3.780,000
Obreros	5	\$ 315,000	\$ 18.900,000
TOTAL			\$ 38.160,00

ELABORADO POR: El Investigador

La empresa contratara personal con conocimiento técnico especializado en los requerimientos y especificación de la empresa, para lo cual la cantidad que se deberá cubrir es de \$ 38.160,00.

CUADRO N° 50: MANO DE OBRA INDIRECTA.

DETALLE	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL.
Bodeguero	1	\$ 315,00	\$ 3.780,00
Vendedor	2	\$ 315,00	\$ 7.560,00
TOTAL			\$ 11.340,00

ELABORADO POR: El Investigador

Otros de los gastos que realizará la empresa de la Mano de Obra Indirecta que debe contar, misma que contribuirán para el desarrollo de la empresa, el costo estimado es de \$ 11.340,00.

CUADRO N° 51: MATERIA PRIMA DIRECTA.

MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	CANTIDAD REQUERIDA DIARIA (metros)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TIPO DE TELA				
Lino Varios colores (kilo)	3,5	\$ 9,52	\$ 999,60	\$ 11.995,20
Espejo varios colores (kilo)	3,5	\$ 10,31	\$ 1.082,55	\$ 12.990,60
Satín varios colores (kilo)	3,5	\$ 11,29	\$ 1.185,45	\$ 14.225,40
Hilos Maratón /bordado V/C (Cono)	1	\$ 2,35	\$ 70,50	\$ 846,00
Hilos Maratón /bordado dorado y plata (Cono)	1	\$ 4,59	\$ 137,70	\$ 1.652,40
Hilos Ceda Varios colores (Cono)	1	\$ 5,32	\$ 159,60	\$ 1.915,20
Hilos Ceda varios colores (Cono)	1	\$ 6,99	\$ 209,70	\$ 2.516,40
Botones varios tamaños (Docenas)	15	\$ 0,05	\$ 22,50	\$ 270,00
Encajes varios colores (Rollo)	1	\$ 11,23	\$ 336,90	\$ 4.042,80
Grecas varios colores (Rollo)	1	\$ 13,85	\$ 415,50	\$ 4.986,00
Elásticos de 3 centímetros (Rollo)	1	\$ 1,99	\$ 59,70	\$ 716,40
Randas varios colores (Rollo)	1	\$ 3,01	\$ 90,30	\$ 1.083,60
Cierres de 15 centímetros (Docena)	0,03	\$ 9,56	\$ 8,60	\$ 103,25
Agujas # 75 de maquina bordadora (paños)	1	\$ 1,80	\$ 54,00	\$ 648,00
Pelón Gruezo blanco (Rollo)	1	\$ 6,65	\$ 199,50	\$ 2.394,00
Agujas varios tamaño (Paños)	1	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
TOTAL				\$ 60.655,25

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se detalla la materia prima necesaria para la confección de la ropa folklórica que la empresa ha planificado ofertar, el mismo que llega a un monto de\$ 60.655,25

CUADRO N° 52: MATERIA PRIMA INDIRECTA

DETALLE	CANTIDAD REQUERIDA DIARIA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cinta empaque (Rollo de 25 mts)	324 unds.	\$0,19	\$1.847,00	\$22.162,00
TOTAL				\$22.162,00

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se detalla la materiales que no intervienen en el proceso de transformación pero es necesaria para dar el acabado del producto, el mismo que llega a un monto de \$22.162,00.

CUADRO N° 53: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.

DESCRIPCIÓN SERVICIOS BÁSICOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL TOTAL.
Energía eléctrica (220kw)	\$ 75,00	\$ 900,00
Agua Potable	\$ 50,00	\$ 600,00
Teléfono (minutos)	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL		\$ 1.800,00

ELABORADO POR: El Investigador

En el cuadro se detalla los costos indirectos necesarios para el proceso de producción, el mismo que tendrá un costo anual de 1.800,00.

CUADRO N° 54: GASTOS ADMINISTRATIVOS.

DETALLE	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL.
Administrador	1	\$ 580,00	\$ 580,00
Secretaria	1	\$ 301,00	\$ 301,00
Contador	1	\$ 580,00	\$ 580,00
Transportista	1	\$ 301,00	\$ 301,00
TOTAL.			\$ 1.762,00

ELABORADO POR: El Investigador

En el cuadro se detalla los gastos administrativos que incurrirán en este proceso de producción, el mismo que tendrá un costo anual de \$1.762,00.

CUADRO N° 55: GASTOS DE VENTAS Y PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL HORAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MES	VALOR ANUAL.
Publicidad Tv.	5	\$ 75,00	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Publicidad radio	12	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
TOTAL				\$ 8.100,00

ELABORADO POR: El Investigador

En el cuadro se detalla los gastos de ventas y publicidad que serán necesarios para realizar distribución de producto que la empresa va a ofertar, el mismo que tendrá un valor de \$ 8.100,00.

CUADRO N° 56: SUMINISTROS Y MATERIALES

DETALLE	CANTIDAD REQUERIDA DIARIA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Detergente (Gramos)	1	\$ 0,55	\$ 16,50	\$ 198,00
Cloro (Litros)	1	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
Uniformes	10	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL				\$ 718,00

ELABORADO POR: El Investigador

En el cuadro se detalla los útiles de limpieza que la empresa requerirá para el aseo de la misma lo que tendrá un costo de 718,00 anuales.

CUADRO N° 57: EQUIPO DE CÓMPUTO Y OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL.
Computadora Multifunción	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Computadora	2	\$ 450,00	\$ 900,00
impresora Multifunción	1	\$ 169,00	\$ 169,00
Telefax	1	\$ 105,00	\$ 105,00
Otros Equipos	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 1.824,00

ELABORADO POR: El Investigador

En el cuadro se detalla el equipo de cómputo que la empresa necesitara para los procedimientos a realizarse dentro de ella, lo que tendrá un costo de 1.824,00 anuales.

3.6. Propuesta Administrativa

3.6.1. Razón Social

El nombre o razón social que tendrá la empresa será APUK que es un término quichwa que significa Identidad Ancestral de un pueblos y que se ajusta a lo que quiere ofrecer la naciente empresa, un estilo de ropa folklórica tradicional y con proyección folklórica que le proporcione elegancia, colorido, comodidad y facilidad de movimiento a las personas que la usen en cada una de sus actividad dancísticas.

A continuación se presenta el logotipo de la empresa

GRAFICO N°: 26 LOGOTIPO



Elaborador por: El Investigador

3.6.2. Constitución jurídica

La empresa confección y alquiler de ropa folklórica se constituirá legalmente como una compañía de responsabilidad limitada de esta manera ingresara a desempeñarse en el mercado, esta sociedad contara con un capital de aportación por los accionistas divididos en montos iguales, esta aportación ha de consistir en dinero o en otra clase de bienes apreciados de dinero.

Para la constitución de dicha empresa, se tendrá que considerar y cumplir con el marco legal, normas y procedimientos prescritos por la Ley de la Superintendencia de Compañías, para crear sociedades.

La nueva empresa tendrá los permisos municipales de funcionamiento necesarios, es decir los documentos en regla para su funcionamiento.

3.6.3. Misión

Confeccionar y alquilar ropa folklórica de calidad, empleando las mejores materias primas e insumos, de modo que satisfaga los requerimientos y expectativas de los usuarios de manera eficiente y eficaz, a través de diseños que vayan conjugando con la cultura y tradición de los pueblos y ancestros.

3.6.4. Visión

Instituirse en una empresa líder en la confección y alquiler de ropa folklórica ciudad de Pujilí, mediante el uso adecuado de materias primas e insumos de calidad, empleando los conocimientos el talento humano y la optimización tecnológica para una industria, lo que le permite conocer y cumplir a cabalidad con las necesidades y expectativas del mercado meta

3.6.5. Principios y Valores

Los valores son descriptores morales que muestran la responsabilidad ética y social en el desarrollo de las labores del negocio. Considerando lo dicho, los valores de la empresa son:

- a) Honestidad en todas las actividades empresariales procurando salvaguardar los intereses de los socios y clientes.
- b) Sacrificio necesario para servir de mejor manera a los clientes haciendo un esfuerzo extra para alcanzar los objetivos planteados.

- c) Innovación y creatividad para implantar diseños en base a la realidad cultural del traje ofertar.
- d) Respeto y atención adecuada tanto al cliente interno como el externo, así como a los socios de la compañía.
- e) Profesionalismo y transparencia empresarial.

3.6.6. Estructura Organizacional

Descripción de Funciones

En esta sección se describirá de cada uno de los puestos que se requiere en la empresa para llevar a cabo sus operaciones productivas.

GERENCIA GENERAL

Funciones:

- Ser el representante legal de la compañía.
- Ejecutar el control administrativo y financiero de la empresa.
- Usar adecuadamente los recursos existentes.

Condiciones de trabajo:

La jornada de trabajo comprenderá desde las 08h00 hasta las 16h00 con una hora para
Su almuerzo o descanso.

Perfil profesional:

- Con preferencia un Ingeniero comercial graduado de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
- De 22 a 35 años de edad.

- Contar buenas relaciones interpersonales.
- Ser proactivo.
- Experiencia laboral de un año en industrias afines.

SECRETARIA

Funciones:

- Receptar documentos
- Atender a clientes y proveedores.
- Realizar los procesos contables.

Condiciones de trabajo:

La jornada de trabajo iniciará desde las 08h00 hasta las 16h00 con una hora para el almuerzo.

Perfil profesional:

- Bachiller Contadora o Estudiante universitaria de Auditoría y Finanzas.
- Experiencia laboral de un año.
- De 18 a 30 años de edad.
- Excelente presencia.
- Buenas relaciones interpersonales

CONTABILIDAD

Funciones:

- Llevar a cabo la contabilidad del de la empresa.
- Fiscalizar de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos, avance en la ejecución de la empresa que permitan medir la eficacia y eficiencia.

- Registrar y controlar los recursos financieros provenientes del calendario financiero presupuestal.
- Elaborar, analizar y consolidar los Estados Financieros
- Realizar las demás actividades que le sean encomendadas por la Subdirección área administrativa financiera.
- Coordinar, orientar y apoyar las actividades del personal adscrito al área de su competencia.

Condiciones de trabajo:

La jornada de trabajo iniciará desde las 08h00 hasta las 16h00 con una hora para el almuerzo.

Perfil profesional:

- Bachiller Contador.
- Experiencia laboral de un año.
- De 18 a 30 años de edad.
- Excelente presencia.
- Buenas relaciones interpersonales

ÁREA DE DISEÑO

Funciones:

Diseñar cada uno de los trajes folklóricos a ofertar.

Controlar y Supervisar el buen desempeño de los colaboradores de la empresa.

Condiciones de trabajo:

La jornada de trabajo comprenderá desde las 08h00 hasta las 16h00 con una hora para el almuerzo.

Perfil profesional:

- Estudiante de diseño de modas.
- De 20 a 30 años de edad.
- Ser una persona creativa e innovadora.
- Conocedor de las culturas y tradiciones ecuatorianas.

COMERCIALIZACIÓN**Funciones:**

- Atención al cliente.
- Realizar los cobros.
- Excelente presencia.
- Buenas relaciones interpersonales

Condiciones de trabajo:

La jornada de trabajo empezará a las 9h00 y terminará a las 18h00.

Perfil profesional:

- Conocer técnicas de ventas.
- Excelente presencia.
- Ser honrado y leal.
- De 18 a 35 años de edad.

OPERARIOS**Funciones:**

Cortar y confeccionar la ropa folklórica.

Condiciones de trabajo:

La jornada de trabajo comprenderá desde las 08h00 hasta las 17h00 con una hora para el almuerzo.

Perfil profesional:

Manejar máquinas overlocks, recta, recubridora, bordadora y cortadora.

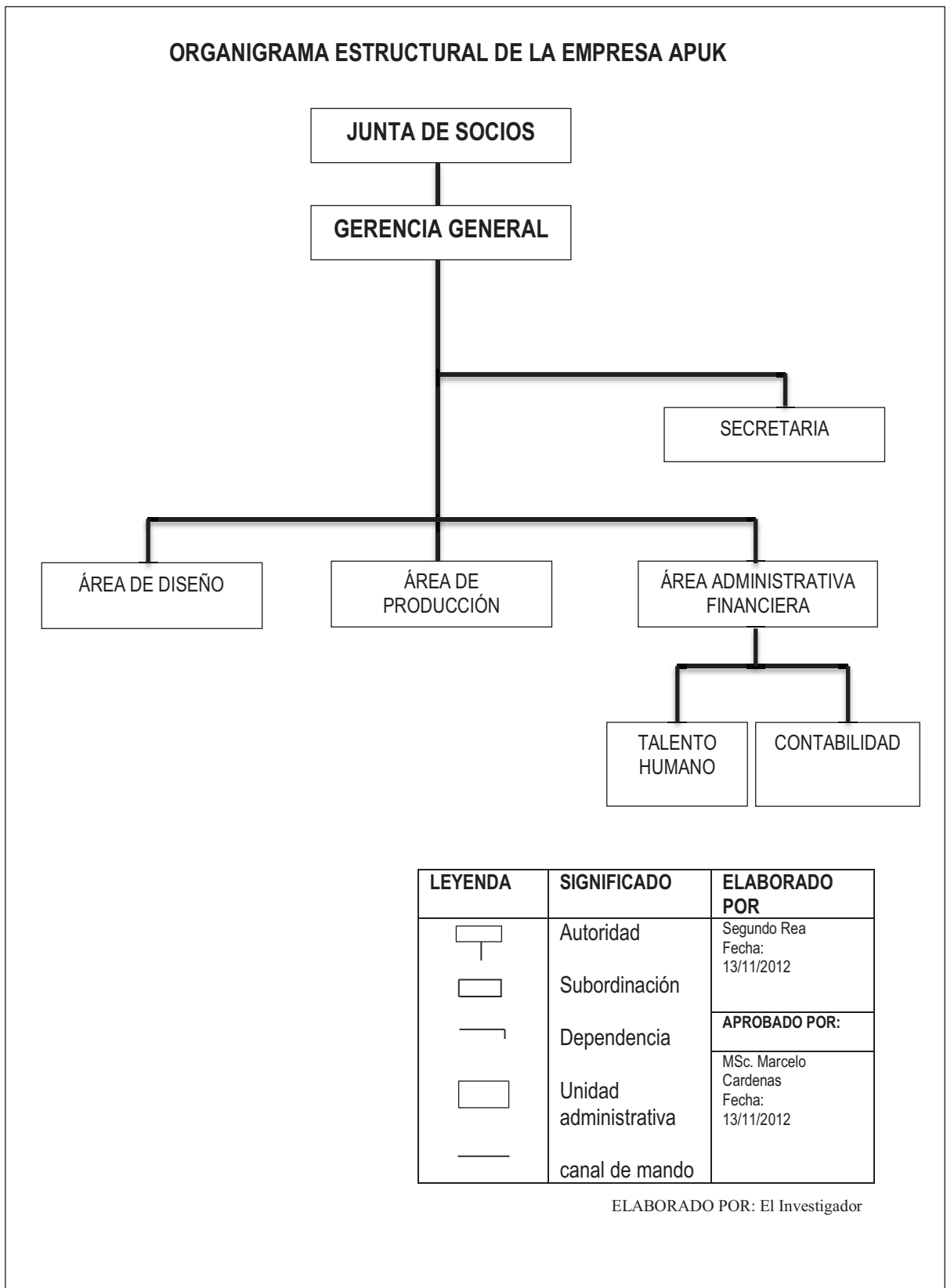
Experiencia laboral de un año en industrias afines.

Tener buenas relaciones interpersonales.

Organigrama Estructural – Funcional

“El organigrama estructural – funcional reúne en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas que se llaman funciones. Dicho de otra manera, es una forma de departamentalización en la que las personas que se dedican a una actividad funcional, por ejemplo mercadotecnia o finanzas, se agrupan en una unidad.

CUADRO N° 58: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



3.6.7. Objetivos

- Establecer lo que desea alcanzar con las estrategias y evaluar las mismas en un tiempo determinado.

Los objetivos estratégicos de la compañía son:

- Conocer las necesidades y requerimientos que tiene el cliente con respecto a los productos y servicio a ofertar.
- Ofertar el alquiler ropa folklórica confeccionada con materias primas e insumos de calidad y que cumpla con las necesidades, requerimientos y expectativas del mercado del cantón y la provincia.
- Desarrollar diseños que diferencien a la ropa folklórica de la competencia.
- Ofertar ropa folklórica a precios relativamente menores con respecto a los establecidos por la competencia.
- Desarrollar un proceso productivo tecnificados que le permita a la empresa tener elevado grado de productividad y por ende incrementar los réditos económicos.
- Generar un ambiente de laboral favorable para que los empleados trabajen de una manera eficiente y eficaz.

3.6.8. Estrategias

Se consideran como estrategias las acciones que se deben hacer para alcanzar los objetivos planteados por la empresa, por tal razón a continuación se establecerán las estrategias que considerarán el ambiente en el que se desenvolverá la nueva empresa, que permitirán tener una fuerza laboral motivada capaz de trabajar en la

búsqueda de la calidad y mejora continua para minimizar el impacto y presencia de los productos sustitutos que oferta la competencia.

Diseñar, confeccionar y alquilar ropa folklórica con diseños enfocados al rescate de la cultura de nuestros antepasados mediante el uso de materiales e insumos de calidad creando de esta forma una diferencia con los productos de la competencia.

- Firmar convenios con instituciones educativas para de esta manera generar un ambiente favorable de trabajo e incrementar los réditos económicos de la empresa.
- Crecer en el mercado del cantón Pujilí es otra de las estrategias de la naciente empresa y se utilizará la estrategia de penetración, la cual consiste en aumentar el alquiler y ventas de los trajes actuales en el mercado, a través de ofertar productos y servicio a precios bajos con respecto a los de la competencia.

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

3.7. Inversión Inicial

En el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en el cantón Pujilí, provincia Cotopaxi, es importante realizar una cuantificación monetaria de todos aquellos recursos que serán necesarios para la ejecución del proyecto.

3.7.1. Inversión fija

Se consideran a los bienes que se adquieren o tienen no para su venta, sino para adquirir productos del proyecto los mismos que generarán ingresos es decir son aquéllos recursos tangibles los mismos que estarán sujetos a depreciación.

3.7.2. Inversión diferida

Son todos aquellos bienes intangibles ya que estos se constituyen por gastos y cargos que se realizar en la etapa, estos están sujetos a amortización.

3.7.3. Capital de trabajo

En este ítem se considera los rubros que serán necesarios para emprender el negocio es decir para comenzar a producir. El capital de trabajo se calcula para tres meses, tiempo en el cual se supone que la empresa empezara a dar réditos. En el cuadro siguiente se detallan los rubros que se necesitaran para el desarrollo del proyecto el mismo que se encuentra calculado para un periodo de tres meses.

CUADRO N° 59: INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA

Inversión fija	
Terreno	\$ 20.001,00
edificio y construcciones	\$ 35.634,00
maquinaria y equipo	\$ 28.012,00
equipo de computo	\$ 1.824,00
muebles y enseres	\$ 1.842,40
vehículos	\$ 23.000,00
TOTAL	\$ 110.313,40
Inversión Diferido	
Gasto constitución	\$ 3.000,00
Gastos de instalación y montaje	\$ 8.000,00
capacitación	\$ 1.000,00
Imprevistos (5%)	\$ 5.516,00
TOTAL	\$ 14.516,00
Capital trabajo	
Materia prima	\$ 15.163,81
Mano de obra	\$ 9.540,00
CIF	\$ 3.285,00
Gastos Administrativos	\$ 1.762,00
Gasto Ventas	\$ 8.100,00
TOTAL	\$ 37.850,81
GRAN TOTAL	\$ 162.680,21

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se analizó cada costo en función a la demanda anual existente de ropa folklórica en el cantón Pujilí, los rubros de materia prima, costos generales de fabricación y mano de obra se proyecta en base al promedio de inflación de 5,3% aproximadamente.

3.8. Financiamiento

Consiste en las fuentes que van a utilizar para conseguir los recurso que financiaran el proyecto, en la que se determinara el grado de participación de cada fuente de financiamiento.

3.8.1. Fuentes propias

Corresponden a las aportaciones de los inversionistas sean en efectivo o en bienes. El capital social del negocio estará suscrito y pagado de la siguiente forma:

CUADRO N° 60: COMPOSICIÓN DEL FINANCIAMIENTO

INVERSIONISTAS	APORTACIÓN	PORCENTAJE
Segundo Alfredo Rea Cayancela	\$ 15.791,58	14%
Consuelo Rea Cayancela	\$ 15.791,58	14%
Carlos Rea Cayancela	\$ 15.791,58	14%
Fanny Vizuite	\$ 15.791,58	14%
Jaime Vizuite	\$ 15.791,58	14%
Klever Cayancela	\$ 15.791,58	14%
Damaris Lema	\$ 15.791,58	14%
TOTAL	\$ 115.305,21	70%

ELABORADO POR: El Investigador

Este proyecto estará financiado mediante aportaciones de los accionistas, con un 14% cada uno que corresponde a un 70% del total de la inversión requerida para el desarrollo del proyecto, el 30% restante será cubierto por financiamiento de una entidad financiera.

3.8.2. Fuentes secundarias

CUADRO N° 61: CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN

año	Capital	Amortización	Interés	Dividendo	Capital pendiente
1	47375	9475	6729	16204	40,525
2	37900	9475	5614	15089	32,559
3	28425	9475	4316	13791	23,296
4	18950	9475	2808	12283	12,525
5	9475	9475	1052	10527	0

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se ha detallado como va a realizar los pagos del préstamo bancario, que será de un monto de 47375, a un interés del 15% anual, financiamiento necesario para poner en marcha el proyecto.

3.9. Presupuesto

3.9.1. Presupuesto de Costos

CUADRO N° 62: PRESUPUESTO DE COSTO ALQUILER

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	36957	38706	43058	47440	51859
COSTO FIJO	\$ 34.183,37	\$ 35.321,87	\$ 36.511,60	\$ 37.754,87	\$ 39.054,09
CIF	\$ 29.252,37	\$ 30.168,98	\$ 31.126,83	\$ 32.127,78	\$ 33.173,78
MOI	\$ 5.670,00	\$ 5.925,15	\$ 6.191,78	\$ 6.470,41	\$ 6.761,58
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 900,00	\$ 940,50	\$ 982,82	\$ 1.027,05	\$ 1.073,27
ROPA DE TRABAJO	\$ 718,00	\$ 750,31	\$ 784,07	\$ 819,36	\$ 856,23
MANTENIMIENTO	\$ 2.000,00	\$ 2.090,00	\$ 2.184,05	\$ 2.282,33	\$ 2.385,04
MPI	\$ 11.081,00	\$ 11.579,65	\$ 12.100,73	\$ 12.645,26	\$ 13.214,30
DEPRECIACIÓN	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73
AMORTIZACIÓN	\$ 580,64	\$ 580,64	\$ 580,64	\$ 580,64	\$ 580,64
GASTO DE VENTAS	\$ 4.050,00	\$ 4.232,25	\$ 4.422,70	\$ 4.621,72	\$ 4.829,70
GASTO FINANCIERO	\$ 6.729,00	\$ 5.614,00	\$ 4.316,00	\$ 2.808,00	\$ 922,00
GASTO ADMINISTRACIÓN	\$ 881,00	\$ 920,65	\$ 962,07	\$ 1.005,37	\$ 1.050,61
COSTO VARIABLE					
MANO OBRA DIRECTA	\$ 30.327,62	\$ 48.220,92	\$ 70.884,75	\$ 99.947,49	\$ 137.927,54
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 20.799,33	\$ 33.070,93	\$ 48.614,27	\$ 55.663,34	\$ 63.734,53
TOTAL	\$ 51.126,95	\$ 81.291,85	\$ 119.499,02	\$ 155.610,84	\$ 201.662,07
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 85.310,32	\$ 116.613,72	\$ 156.010,62	\$ 193.365,71	\$ 240.716,16

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

El costo de producción se analizó en función de la demanda anual de alquiler de ropa folklórica, los rubros que se presentan en la cuadro se proyectan en base a promedio de inflación que es 5.3% según el INEC.

CUADRO N° 63: PRESUPUESTO DE COSTO CONFECCIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	3794	5100	5910	6468	7290
COSTO FIJO	\$ 35.999,61	\$ 35.802,04	\$ 35.462,75	\$ 34.956,60	\$ 34.117,53
CIF	\$ 24.339,61	\$ 25.035,14	\$ 25.761,97	\$ 26.521,51	\$ 27.315,22
MOI	\$ 11.124,24	\$ 11.624,83	\$ 12.147,95	\$ 12.694,61	\$ 13.265,86
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 900,00	\$ 940,50	\$ 982,82	\$ 1.027,05	\$ 1.073,27
ROPA DE TRABAJO	\$ 1.000,00	\$ 1.045,00	\$ 1.092,03	\$ 1.141,17	\$ 1.192,52
MANTENIMIENTO	\$ 2.000,00	\$ 2.090,00	\$ 2.184,05	\$ 2.282,33	\$ 2.385,04
MPI	\$ 432,00	\$ 451,44	\$ 471,75	\$ 492,98	\$ 515,17
DEPRECIACIÓN	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73
AMORTIZACIÓN	\$ 580,64	\$ 580,64	\$ 580,64	\$ 580,64	\$ 580,64
GASTO DE VENTAS	\$ 4.050,00	\$ 4.232,25	\$ 4.422,70	\$ 4.621,72	\$ 4.829,70
GASTO ADMINISTRACIÓN	\$ 881,00	\$ 920,65	\$ 962,07	\$ 1.005,37	\$ 1.050,61
GASTO FINANCIERO	\$ 6.729,00	\$ 5.614,00	\$ 4.316,00	\$ 2.808,00	\$ 922,00
COSTO VARIABLE					
MANO OBRA DIRECTA	\$ 30.327,63	\$ 51.556,97	\$ 72.179,76	\$ 83.006,72	\$ 101.268,20
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 20.799,33	\$ 35.358,86	\$ 49.502,41	\$ 56.927,77	\$ 69.451,87
TOTAL	\$ 51.126,96	\$ 86.915,83	\$ 121.682,16	\$ 139.934,49	\$ 170.720,08
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 87126,6	\$ 122717,9	\$157144,9	\$174891,09	\$204837,61

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

El costo de producción se analizó en función de la demanda anual de confección, los rubros que se presentan en la cuadro se proyectan en base a promedio de inflación que es 5.3% según el INEC.

3.9.2. Costo unitario de Producción

Es importante para el proyecto establecer el costo unitario de las prendas que se van a ofertar en el mercado, para realizar una estimación de precios de venta que permita a la nueva empresa ser competitiva lo que permitirá tener ventajas frente a la competencia, afín de obtener rentabilidad con este negocio; entonces:

$$C.U.P.= \frac{CT}{QT}$$

Dónde:**C.U.P=** Costo total de producción**C.T.=** Costo total**Q.T.=** Cantidad Total a producir**CUADRO N° 64: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN ALQUILER**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo total	\$ 85.310,32	\$ 116.613,72	\$ 156.010,62	\$ 193.365,71	\$240.716,16
Volumen de producción	36957	38706	43058	47440	51859
Costo unitario	\$ 2,31	\$ 3,01	\$ 3,62	\$ 4,08	\$ 4,64
Precio de venta	\$ 3,30	\$ 4,30	\$ 5,18	\$ 5,82	\$ 6,63
Posibles utilidades	\$ 0,99	\$ 1,29	\$ 1,55	\$ 1,75	\$ 1,99

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se detalla el costo unitario de disponer de un traje de ropa folklórica y el precio de alquiler con el porcentaje de utilidad que la empresa considera manejar para este producto.

CUADRO N° 65: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN CONFECCIÓN

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo total	\$ 87.126,57	\$ 122.717,87	\$ 157.144,91	\$ 174.891,09	\$ 204.837,61
Volumen de producción	3799	5115	5941	6524	7384
Costo unitario	\$ 22,93	\$ 23,99	\$ 26,45	\$ 26,81	\$ 27,74
Precio de venta	\$ 32,76	\$ 34,28	\$ 37,79	\$ 38,30	\$ 39,63
Posibles utilidades	\$ 9,83	\$ 10,28	\$ 11,34	\$ 11,49	\$ 11,89

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se detalla el costo unitario de confección de un traje de ropa folklórica a y el precio de venta con el porcentaje de utilidad que la empresa considera manejar para este producto.

3.9.3. Presupuesto de ingresos

CUADRO N° 66: PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑO	SERVICIOS	NÚMERO DE SERVICIOS	PRECIOS	TOTAL INGRESOS
1	ALQUILER	36.957	\$ 3,30	\$121.871,89
	CONFECCIÓN	3.799	\$ 32,76	\$124.466,53
				\$246.338,41
AÑO	SERVICIOS	NÚMERO DE SERVICIOS	PRECIOS	TOTAL INGRESOS
2	ALQUILER	38.706	\$ 4,30	\$ 166.591,03
	CONFECCIÓN	5.115	\$ 34,28	\$ 175.311,24
TOTAL				\$ 341.902,27
AÑO	SERVICIOS	NÚMERO DE SERVICIOS	PRECIOS	TOTAL INGRESOS
3	ALQUILER	47.440	\$ 5,18	\$ 245.555,51
	CONFECCIÓN	5.941	\$ 37,79	\$ 224.492,73
TOTAL				\$ 470.048,24
AÑO	SERVICIOS	NÚMERO DE SERVICIOS	PRECIOS	TOTAL INGRESOS
4	ALQUILER	47.440	\$ 5,82	\$ 276.236,73
	CONFECCIÓN	6.524	\$ 38,30	\$ 249.844,41
TOTAL				\$ 526.081,14
AÑO	SERVICIOS	NÚMERO DE SERVICIOS	PRECIOS	TOTAL INGRESOS
5	ALQUILER	51.859	\$ 6,63	\$ 343.880,23
	CONFECCIÓN	7.384	\$39,63	\$ 292.625,16
TOTAL				\$ 636.505,38

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se demuestra los ingresos anuales que percibirá la empresa confección y alquiler de ropa folklórica por cada uno de los servicios a ofertarse, su cálculo se lo ha realizado multiplicando el número total de servicio anuales a ofertarse por el precio de cada servicio.

3.9.4. Estados Financieros

3.9.4.1. Estado de Pérdidas y Ganancias

CUADRO N° 67: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$ 246.338,41	\$ 341.902,27	\$ 470.048,24	\$ 526.081,14	\$ 636.505,38
EGRESOS					
Costo de producción	\$ 175.368,40	\$ 244.186,44	\$ 321.246,43	\$ 377.645,11	\$ 457.750,54
Materia Prima	\$ 41.598,66	\$ 68.429,80	\$ 98.116,68	\$ 112.591,11	\$ 133.186,40
Mano de obra directa	\$ 60.655,25	\$ 99.777,89	\$ 143.064,51	\$ 182.954,22	\$ 239.195,74
Costo general de fabricación	\$ 73.114,49	\$ 75.978,76	\$ 80.065,24	\$ 82.099,78	\$ 85.368,39
UTILIDAD BRUTA	\$ 70.970,01	\$ 97.715,82	\$ 148.801,81	\$ 148.436,03	\$178.754,85
Gastos de operación					
Gastos Administrativos y de Ventas	\$ 9.862,00	\$ 10.305,79	\$ 10.769,55	\$ 11.254,18	\$ 11.760,62
UTILIDAD OPERACIONAL.	\$ 61.108,01	\$ 87.410,03	\$ 138.032,26	\$ 137.181,85	\$ 166.994,23
Gastos financieros					
Intereses	\$ 13.458,00	\$ 11.228,00	\$ 8.632,00	\$ 5.616,00	\$ 1.844,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.	\$ 47.650,01	\$ 76.182,03	\$ 129.400,26	\$ 131.565,85	\$ 165.150,23
15% Participación trabajadores	\$ 7.147,50	\$ 11.427,31	\$ 19.410,04	\$ 19.734,88	\$ 24.772,53
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 40.502,51	\$ 64.754,73	\$ 109.990,22	\$ 111.830,97	\$ 140.377,69
Impuesto a la renta 25 %	\$ 10.125,63	\$ 16.188,68	\$27.497,56	\$ 27.957,74	\$ 35.094,42
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$ 30.376,88	\$ 48.566,05	\$82.492,67	\$ 83.873,23	\$ 105.283,27
5% Reserva legal	\$ 1.518,84	\$ 2.428,30	\$4.124,63	\$ 4.193,66	\$ 5.264,16
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 28.858,04	\$ 46.137,74	\$ 78.368,04	\$ 79.679,57	\$ 100.019,11

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se muestra las utilidades producidas por la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica que tendrá cada año de acuerdo a las proyecciones realizadas en los cuadros anteriores, el estado de pérdidas y ganancias compara ingresos causados con costos y gastos en un periodo de operación.

3.9.4.2. Estado de situación financiera

CUADRO N° 68: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CUENTAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 37.850,81	\$ 84.403,27	\$ 114.367,43	\$ 167.787,92	\$ 172.811,76	\$ 224.540,64
<u>Disponible</u>						
Caja-Bancos	\$ 37.850,81	\$ 84.403,27	\$ 114.367,43	\$ 167.787,92	\$ 172.811,76	\$ 224.540,64
ACTIVO FIJO	\$ 110.313,40	\$ 103.155,06	\$ 123.525,63	\$ 157.306,85	\$ 234.357,22	\$ 289.120,01
<u>No depreciable</u>						
Terrenos	\$ 20.001,00	\$ 20.001,00	\$ 20.001,00	\$ 20.001,00	\$ 20.001,00	\$ 20.001,00
<u>Depreciable</u>						
Edificios	\$ 35.634,00	\$ 33.852,30	\$ 32.159,69	\$ 30.551,70	\$ 29.024,12	\$ 27.572,91
Maquinaria y equipos	\$ 28.012,00	\$ 25.210,80	\$ 22.689,72	\$ 20.420,75	\$ 18.378,67	\$ 16.540,81
Inversión			\$ 26.906,72	\$ 66.659,44	\$ 150.654,33	\$ 210.336,11
equipo de computo	\$ 1.824,00	\$ 1.732,80	\$ 1.646,16	\$ 1.563,85		
muebles y enseres	\$ 1.842,40	\$ 1.658,16	\$ 1.492,34	\$ 1.343,11	\$ 1.208,80	\$ 1.087,92
vehículos	\$ 23.000,00	\$ 20.700,00	\$ 18.630,00	\$ 16.767,00	\$ 15.090,30	\$ 13.581,27
OTROS ACTIVOS	\$ 14.516,00	\$ 14.012,80	\$ 11.210,24	\$ 8.968,19	\$ 7.174,55	\$ 5.739,64
<u>Diferidos</u>						
Gastos de instalación	\$ 8.000,00	\$ 6.400,00	\$ 5.120,00	\$ 4.096,00	\$ 3.276,80	\$ 2.621,44
Gastos de constitución	\$ 3.000,00	\$ 2.400,00	\$ 1.920,00	\$ 1.536,00	\$ 1.228,80	\$ 983,04
Fondos	\$ 5.516,00	\$ 4.412,80	\$ 3.530,24	\$ 2.824,19	\$ 2.259,35	\$ 1.807,48
Gastos de pre operación	\$ 1.000,00	\$ 800,00	\$ 640,00	\$ 512,00	\$ 409,60	\$ 327,68
TOTAL ACTIVO	\$ 162.680,21	\$ 201.571,13	\$ 249.103,30	\$ 334.062,96	\$ 414.343,53	\$ 519.400,30
PASIVO						
<u>A corto plazo</u>						
15% participación Trabajad.	-	\$ 7.147,50	\$ 11.427,31	\$ 19.133,89	\$ 19.734,88	\$ 24.772,53
<u>A largo plazo</u>						
Documentos por pagar	-	\$ 2.885,38	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	-	\$ 10.032,88	\$ 11.427,31	\$ 19.133,89	\$ 19.734,88	\$ 24.772,53
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 162.680,21	\$ 162.680,21	\$ 162.680,21	\$ 162.680,21	\$ 162.680,21	\$ 162.680,21
Utilidad acumulada		-	\$ 28.858,04	\$ 74.995,78	\$ 152.248,87	\$ 231.928,44
Utilidad del ejercicio		\$ 28.858,04	\$ 46.137,74	\$ 77.253,09	\$ 79.679,57	\$ 100.019,11
TOTAL PATRIMONIO	\$ 162.680,21	\$ 191.538,25	\$ 237.676,00	\$ 314.929,09	\$ 394.608,65	\$ 494.627,76
TOTAL PASIVO Y PATR.	\$ 162.680,21	\$ 201.571,13	\$ 249.103,30	\$ 334.062,98	\$ 414.343,53	\$ 519.400,30

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se detalla las diversas cuentas que tendrá la empresa, para que en base a la información adquirida en este cuadro se puedan tomar decisiones financieras para el mejor desempeño organizacional.

3.9.4.3. Estado de Flujo de Efectivo

CUADRO N° 69: FLUJO DE EFECTIVO

AÑOS	-	1	2	3	4	5
INGRESO						
VENTAS		\$ 246.338,41	\$341.902,27	\$470.048,24	\$526.081,14	\$ 636.505,38
APOR. SOCIOS	\$ 115.305,21					
CRÉDITOS	\$ 47.375,00					
INVERSIÓN						
DONACIÓN						
V. REMANENTE						\$ 16.510,20
DEPRECIACIÓN		\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73	\$ 8.302,73
AMORTIZACIÓN		\$ 1.161,28	\$ 1.161,28	\$ 1.161,28	\$ 1.161,28	\$ 1.161,28
TOTAL	\$ 162.680,21	\$ 255.802,42	\$351.366,28	\$479.512,25	\$535.545,15	\$ 662.479,59
EGRESOS						
A. FIJOS	\$ 110.313,40					
A. DIFERIDOS	\$ 14.516,00					
C. TRABAJO	\$ 37.850,81					
M. PRIMA		\$ 41.598,66	\$ 68.429,80	\$ 98.116,68	\$112.591,11	\$ 133.186,40
M.O.D.		\$ 60.655,25	\$ 99.777,89	\$143.064,51	\$182.954,22	\$ 239.195,74
CIF		\$ 31.825,24	\$ 33.257,38	\$ 35.300,62	\$ 36.317,89	\$ 37.952,19
G. ADMINISTRA		\$ 1.762,00	\$ 1.841,29	\$ 1.924,15	\$ 2.010,73	\$ 2.101,22
G. FINANCIEROS		\$ 13.458,00	\$ 11.228,00	\$ 8.632,00	\$ 5.616,00	\$ 1.844,00
AMORTIZACIÓN CRÉDITO		\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$14.000,00	\$ 14.000,00
GASTOS VENTAS		\$ 8.100,00	\$ 8.464,50	\$ 8.845,40	\$ 9.243,45	\$ 9.659,40
TOTAL	\$ 162.680,21	\$ 171.399,15	\$236.998,85	\$309.883,35	\$362.733,39	\$ 437.938,95
F. EFECTIVO	\$ -0,00	\$ 84.403,27	\$114.367,43	\$169.628,90	\$172.811,76	\$ 224.540,64

FUENTE: Cuadros anteriores

ELABORADO POR: El Investigador

Se puede apreciar en el cuadro anterior la información del manejo del flujo de caja con los que contara la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica, estos datos se obtienen de los estados financieros anteriores, de la información obtenida se puede deducir que la empresa tiene un flujo acumulado positivo lo que garantiza la viabilidad del proyecto.

3.10. Evaluación Financiera

3.10.1. Tasa mínima aceptable TMAR

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), permitirá establecer el rendimiento que los accionistas desean obtener de la inversión que se realizará en el proyecto.

CUADRO N° 70: TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

COSTO DEL CAPITAL	Porcentaje
Tasa de interés activa	12,35%
Tasa de interés pasiva	5,4%
Riesgo del negocio	6%
TMAR	14.88%

ELABORADO POR: El Investigador

Para calcular este porcentaje se basó en la tasa activa y pasiva de los bancos más un porcentaje de riesgo, lo cual dio como resultado el 14,88%, esta TMAR permitirá continuar con los cálculos de los próximos índices financieros que permite ver la factibilidad de la creación de la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica. Estos datos fueron proporcionados por el Baco Central del Ecuador.

3.10.2. Valor actual neto VAN

Una vez que se calculó la TMAR, se procede a calcular el valor actual neto del proyecto de inversión, que no es otra cosa que medir el dinero de hoy a futuro, es decir, es el equivalente en dineros actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto de creación de la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica.

En la investigación se utilizara la fórmula más conocida para calcular el VAN que es la siguiente:

$$VAN = \frac{FN0}{(1+i)^0} + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNn}{(1+i)^n}$$

Dónde:

FN = Flujo de Efectivo Neto

n = Años de vida útil

i = Tasa de interés de actualización

CUADRO N° 71: CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	F. EFEC.	F. ACTUALIZACIÓN	F.E. ACTUA.	F.E.ACTUA. ACUMULADO
0	-162.680,21	1	-162680,21	-162680,21
1	84.403,27	0,8705	73470,82	-89209,40
2	114.367,43	0,7577	86658,97	-2550,43
3	169.628,90	0,6596	111883,63	109333,21
4	172.811,76	0,5741	99219,17	208552,37
5	224.540,64	0,4998	112220,66	320773,03
			320.773,03	

ELABORADO POR: El Investigador

De la información que arroja el cuadro tenemos que invirtiendo \$162.680,21 con los flujos anuales que se presentan en el cuadro y con una tasa mínima aceptable de rendimiento del 14,88%, el proyecto produce \$320.773,03 más que si se hubiese depositado utilizado este dinero en otra alternativa, al ser un valor positivo se concluye que el proyecto es factible.

3.10.3. Tasa interna de retorno TIR

La tasa interna de retorno en el proyecto de factibilidad permitirá conocer los intereses que gana los dineros invertidos en el proyecto, es decir mide la rentabilidad en términos porcentuales.

CUADRO N° 72: TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	F. EFEC.	F. ACTUALIZACIÓN	F.E. ACTUA.
0	-162.680,21	1	-162680,212
1	84.403,27	0,8524	71942,7841
2	114.367,43	0,7265	83091,817
3	169.628,90	0,6193	105047,007
4	172.811,76	0,5279	91218,9492
5	224.540,64	0,4499	101026,355
			289.646,7

ELABORADO POR: El Investigador

$$T.I.R = r_2 + \left\{ r_2 - r_1 * \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right\}$$

$$T.I.R = 0,1788 + \left\{ 0,1788 - 0,1488 * \frac{319.558,76}{320.773,03 - 289.646,7} \right\}$$

$$T.I.R = 0,1788 + (0,03 * 8.04)$$

$$T.I.R = 0,1788 + 0,241$$

$$T.I.R = 0,42 * 100\%$$

$$T.I.R = 42\%$$

3.10.4. Periodo de recuperación de la inversión PRI

La fórmula que se utilizara para el cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión, es la siguiente:

$$P.R.I. = \frac{\text{Último año del último flujo de efectivo} + \frac{\text{El valor del 1er flujo de efectivo actualizado positivo}}{\text{Inversion inicial total}}}{\text{Actualizado acumulado negativo}}$$

El periodo de recuperación de la inversión se determinara cuando los ingresos superen a los pagos, o lo que es lo mismo, los valores positivos superan a los negativos.

$$P.R.I = 2 + \frac{108118,93}{\$ 162680.21}$$

$$P.R.I = 2 + 0,675$$

$$P.R.I = 2,675$$

$$P.R.I = 2 \text{ año, } 8 \text{ mes, } 1 \text{ días}$$

Los resultados obtenidos demuestran que la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica recuperara la inversión realizada en dos años, ocho meses y un día, una vez obtenida y analizada estos datos se demuestra que la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica, económicamente es rentable, ya que la inversión se recupera en un tiempo favorable.

3.10.5. Relación costo beneficio

Esta medida de evaluación permite relacionar los ingresos y los gastos actualizados del proyecto dentro del periodo de análisis, estableciendo en cuantas veces los ingresos superan a los gastos. Para que el proyecto sea considerado como viable, la relación costo beneficio debe ser mayor a 1.

CUADRO N° 73: RELACIÓN COSTO BENEFICIO

INGRESOS	VALOR \$	F. ACTUALIZACIÓN	F.E. ACTUA.
1	246.338,41	0,8705	214431,071
2	341.902,27	0,7577	259067,616
3	470.048,24	0,6596	310033,877
4	526.081,14	0,5741	302047,35
5	636.505,38	0,4998	318111,92
			1403691,83
EGRESOS	VALOR \$	F. ACTUALIZACIÓN	F.E. ACTUA.
1	175.368,40	0,8705	152653,552
2	244.186,44	0,7577	185025,973
3	321.246,43	0,6596	211887,347
4	377.645,11	0,5741	216823,402
5	457.750,54	0,4998	228774,032
			995164,306

ELABORADO POR: El Investigador

$$RB/C = \frac{\text{Ingresos totales actualizados}}{\text{costos totales actualizados}}$$

$$RB/C = \frac{1403691,83}{995164,306}$$

$$RB/C = 1,41$$

3.10.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un indicador que posibilita medir el comportamiento de la rentabilidad frente a una posible variación en los ingresos y gastos.

CUADRO N° 74: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

VARIABLES	TMAR	TIR	VAN	PRI	RCB	CONCLUSIÓN
proyecto	14,88	42%	320773,03	2,675	1,41	Viable
Precio de venta (-10%)	14,88	25%	144249,07	4,06	1,11	Muy sensible
Volumen de venta (-10%)	14,88	38%	175411,81	3,31	1,27	Sensible
Costo de producción (+10%)	14,88	45%	459806,19	1,28	1,55	No es sensible

ELABORADO POR: El Investigador

En este cuadro se puede apreciar varias perspectivas por las cuales puede pasar la producción, es por eso que si los precios de venta disminuyen al 10% y se mantienen los costos de producción la tasa interna de retorno baja de 42% a 25 % mediante esta apreciación se puede decir que este escenario es muy sensible para el proyecto.

Por otro lado si baja en un 10% el volumen de ventas del proyecto la TIR disminuye al 38%, lo que demuestra que el proyecto es sensible a la disminución de ventas.

IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

En la presente investigación, se vuelve necesario y muy importante un análisis socioeconómico a fondo, esto debido a que existen los recursos y se tienen las condiciones necesarias para el establecimiento de una nueva empresa de confección y alquiler de ropa folklórica.

La creación de la empresa APUK, de confección y alquiler de ropa folklórica en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi permitirá brindar servicios de alquiler y venta de trajes con proyección folklórica, contribuyendo de esta manera al rescate del valor cultural que hoy en día se está perdiendo desmesuradamente, logrando que la ciudadanía se sensibilice y llegue a apreciar el arte y la cultura de nuestros antepasados, porque la cultura es la identidad de un pueblo en el que convivimos y compartimos a diario.

Las familias del cantón Pujilí, contarán con información sustentada sobre todo atuendos típicos y tradicionales del Ecuador en especial de la serranía, a bajo costo teniendo la posibilidad de seleccionar su traje de acuerdo a la ocasión o su necesidad, que cuente también con talento humano competitivo dispuestos a solucionar sus inquietudes y requerimientos.

Por otro lado la empresa APUK brindará la oportunidad de crear nuevas plazas de trabajo que contribuyan al adelanto y progreso socio – económico de cantón Pujilí y por ende incrementar los réditos económicos de los inversionistas.

Un punto fundamental es el esfuerzo de mejora al interior de la empresa, como son las condiciones de trabajo y de vida de los colaboradores y accionistas cuidando e incrementando sus rendimientos. También atiende la comercialización y producción responsable, así como la ética empresarial. Al exterior se realizan esfuerzos que favorezcan las condiciones económicas y ambientales de proveedores, clientes, familia de los colaboradores, así como de la comunidad donde se localizará la empresa.

CONCLUSIONES

- Se pudo fundamentar conocimientos referentes al objeto de estudio, aspecto imprescindible en el desarrollo de la investigación.
- La oferta presenta una tendencia de crecimiento significativo en el mercado a un promedio anual de 7,1% en virtud de la creación de nuevas empresas de confección y de alquiler de ropa folklórica dentro y fuera de la provincia de Cotopaxi, pero que comercializan sus productos en este mercado.
- Los precios en el mercado en los últimos años se han mantenido sin variaciones a pesar de proveer un incremento en función de la inflación, por lo tanto son precios accesibles para el mercado al cual va dirigido la nueva línea de productos.
- Al realizar el estudio de mercado, se estableció que la demanda insatisfecha de confección es 25.296 para el año 2013, el servicio de alquiler la demanda insatisfecha es de 85.724 para el mismo año, mismo que en base a la capacidad de producción de la planta cubrirá un promedio de 45% anual por producto y servicio para el primer año.
- La inversión inicial que se requiere para poner en marcha la empresa de confección y alquiler de ropa folklórica es de **\$162.680,21**, entre activos fijos, diferidos y capital de trabajo, la cual será financiada en un 70% por los accionistas y el 30% por préstamos bancarios.
- La tasa interna de retorno es del 42% lo que demuestra una gran rentabilidad del proyecto, por lo que la inversión será recuperada según el PRI en 2 años 8 meses y 1 día, periodo en el cual según la relación costo beneficio por un dólar invertido recibiremos 0.41 ctvs. de dólares.
- Factibilidad para la creación de una nueva empresa de confección y alquiler de ropa folklórica, en el cantón Pujilí.

RECOMENDACIONES

- Capacitación a los accionistas referente a la creación de una nueva empresa.
- Dentro del proceso de producción a ofertarse se deberá tomar en cuenta los gustos y preferencias de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Realizar un plan de marketing anual, de esta manera mantenerse en el mercado y ser competitivos en el mismo.
- Realizar estudios profundos para de esta manera conocer la cultura y tradición de los pueblos para ofrecer variedad, fijando un precio promedio y cómodo.
- Cubrir un porcentaje considerable de la demanda insatisfecha de acuerdo a las proyecciones anuales considerando la capacidad de producción de la empresa.
- Mantener relaciones adecuadas y establecer actividades y responsabilidades de trabajo con cada uno de los accionistas.
- Estudiar periódicamente el mercado para determinar los gustos y preferencia del consumidor, con la finalidad de proveer el mejor servicio a nuestros clientes.
- De acuerdo a lo expuesto anteriormente se puede decir que este proyecto es viable, puesto que no implica una inversión riesgosa y costos elevados.
- Creación de la Empresa APUK, al servicio de la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Citada

- ANAYA Tejero julio Juan. Logística integral: la gestión operativa de la empresa. Tercera Edición. ESIC Editorial. España. 2007. Pág. 69
- BACA URBINA, Gabriel. "Evaluación de Proyectos", 6ta. Edición, Mac Graw Hill, Bogotá Colombia 2006, Pág. (2-92)
- BUCHELE Robert B. Cuerpo Superior de Administradores. Editorial MAD. S.L. España 2006. Pág. 56
- CORDOBA Padilla Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Ediciones ECOE. 2006. Colombia – Bogotá. Pág. 21.
- DE LA FUENTE García David, FERNÁNDEZ Quesada Isabel. Distribución en la planta. Ediciones de la Universidad de Oviedo. 2005. Pág. 5
- DE LA FUENTE García David. Ingeniería de organización en la empresa. Texto Universitario. EDIUNO. Asturias. 2008. Pág. 176.
- FERRÉ Trenzano José María, FERRÉ Nadal Jordi. Los Estudios de Mercado. Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid 1997.
- FINCH Stoner James Arthur, FREEMAN. Administración. Sexta Edición. 1996.
- FISHER de la Vega, Espejo Callado Espejo. Casos de marketing. Ediciones Prentice Hall. México. 2002.
- FREEMAN, Edward. "Administración", sexta edición, Pearson, México 1996, Pág. 12-20)
- GILBERT, Daniel, "Administración", sexta edición, Pearson, México 1996, Pág. (13-15)
- J. ALEGRE E. "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Quinta edición, Ediciones e impresiones Gráficas América S.R.L 2003, Pág. (9-171-198)
- MIRANDA Miranda Juan José. Gestión de Proyectos. Quinta Edición. MM Editores. Colombia. 2006. Pág. 102.

- NASSIR Sagap Chain. *Proyectos de Inversión y Evaluación*. Primera Edición. Editorial Pearson Educación S.A. 2007. Págs. 95, 96, 97.
- RAMIREZ Elbar, CAJIGAS Margot. *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos*. Universidad nacional de Colombia. Banco de la República de Colombia. 2004. Pág. 119
- SAPAG PEULMA, José. "Evaluación De Proyectos Guía De Ejercicios Problemas Y Soluciones", Tercera edición, Mac Graw Hill, Bogotá Colombia 2007, Pág. (162-196-271)
- SAPAG, Chaín Nassir. "Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación" Pág. (48)
- SCHIFFMAN Leon G. *Comportamientos del Consumidor*. Octava Edición, Ediciones Prentice Hall. México 2006
- STONER, James. "Administración", sexta edición, Pearson Education, México 1996, Pág. 11-12)
- TERRY George R., STEPHEN G. Franklin. *Principios de Administración*. CECSA. 1988

Bibliografía consultada

- AMARO, Raymundo. "Administración de Empresas I", Editora Tiempo S.A.
- CERRÓN Collazos Jesús, "inversión y financiamiento de Proyectos", segunda edición, San Marcos, Perú 2004
- DE BEAS Ferrero Antonio Manuel "Organización y Administración de Empresas", 1era. Edición, Mac Graw Hill Santa Fe de Bogotá 1993
- FINNERTY John D. "Financiamiento de Proyectos", primera edición, Prentice Holl, México 1996
- FRED R. David "Conceptos de Administración Estratégica", Novena Edición, Pearson education, México 2003.
- HITT A. Michael, "Administración Estratégica", Tercera Edición, Thomson Editores, México 1999

- OCAMPO José Elíseo, "Costos y Evaluación de Proyectos", primera edición, Continental, México 2002
- PROST Jean P., "Apicultura", 1era. Edición, Mundi-Prensa, Madrid 1981
- URIBE, Augusto. "Introducción al Proyecto". Edit. Herrero Hnos, 2º Edición

Bibliografía Virtual

- BERTONA, Raúl (<http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/mujeres/plan-de-negocios-manejo-de-capital.htm>)
- MÉNDEZ Carrillo Katerine en
- (<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>)
- PEREIRA Jorge E.
- (<http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/el-plan-de-negocios.htm>)
- SERRANI Emilce Graciela, "Herramientas para emprendedores" (<http://www.gestioDolis.com/innovacion-emprendimiento/la-mujer-emprendedora.htm>)

ANEXOS

ANEXO N° 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO

Obtener información del mercado meta que servirá en la determinación de la viabilidad para la creación de una empresa de confección y alquiler de Ropa Folclórica en la ciudad de Pujilí.

Fecha:

Género: M

 F

Edad:

INSTRUCCIONES:

Lea cada las preguntas de forma minuciosa y conteste con toda honestidad, ya que su datos será valiosos.

1. ¿Usa usted con frecuencia Ropa Folclórica?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa continúe con la encuesta de lo contrario agradecemos su colaboración.

2. ¿Suele usted comprar ropa folklórica?

Si

No

3. ¿Suele usted alquilar ropa folklórica?

Si

No

4. ¿Cuántas prendas alquila al año?

5. ¿Qué busca al momento de adquirir, sus prendas de ropa folklórica?

Calidad	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>
Variedad	<input type="checkbox"/>

6. ¿A qué artesano de la serranía utiliza como proveedores de su ropa folklórica?

Otavalo	<input type="checkbox"/>	Salcedo	
Pujilí	<input type="checkbox"/>	Ambato	<input type="checkbox"/>
Latacunga	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		

7. ¿Cree usted que es necesaria la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en la ciudad de Pujilí?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

8. ¿En caso de crearse la empresa de que atuendos folklóricos le gustaría que ofrezca?

Novias de Salache	<input type="checkbox"/>
Novias del Danzante	<input type="checkbox"/>
Danzantes	<input type="checkbox"/>
Personajes del Niño de Isinche.	<input type="checkbox"/>
Collares	<input type="checkbox"/>
Mamachumbi	<input type="checkbox"/>
Música	<input type="checkbox"/>

9. Conoce usted tiendas de confección y alquiler de ropa folclórica en la ciudad de Pujilí.

Si

No

10. Está de acuerdo con la atención y servicio que brinda las locales de confección y alquiler de ropa folclórica que existen en Pujilí?

Si

No

11. ¿En qué lugar preferiría que se encuentre ubicado la nueva empresa de confección y alquiler de Ropa folklórica?

Barrio centro

Barrio Rosita Paredes

Barrio Bellavista

Barrio Chimbacalle

ANEXO N° 2

CALCULO DE AMORTIZACION

Capital	47,375	
Tasa de Interés	15%	
Plazo en meses	60	
Frecuencia en el año	12	
Fecha de inicio de la tabla	Mes	Día
	7	22
		Año
Periodo de gracia en meses	0	2012

Número pagos	FECHA	Pago de Capital	Pago de Interés	Dividendo	CAPITAL	
					Pendiente	
1	21-Ago-12	532	599	1,132	46,843	
2	20-Sep-12	539	593	1,132	46,304	
3	20-Oct-12	546	586	1,132	45,758	
4	19-Nov-12	553	579	1,132	45,205	
5	19-Dic-12	560	572	1,132	44,646	
6	18-Ene-13	567	565	1,132	44,079	
7	17-Feb-13	574	558	1,132	43,505	
8	19-Mar-13	581	550	1,132	42,924	
9	18-Abr-13	589	543	1,132	42,335	
10	18-May-13	596	536	1,132	41,739	
11	17-Jun-13	604	528	1,132	41,136	
12	17-Jul-13	611	520	1,132	40,525	
13	16-Ago-13	619	513	1,132	39,906	
14	15-Sep-13	627	505	1,132	39,279	
15	15-Oct-13	635	497	1,132	38,644	
16	14-Nov-13	643	489	1,132	38,002	
17	14-Dic-13	651	481	1,132	37,351	
18	13-Ene-14	659	472	1,132	36,692	
19	12-Feb-14	667	464	1,132	36,024	
20	14-Mar-14	676	456	1,132	35,349	
21	13-Abr-14	684	447	1,132	34,664	
22	13-May-14	693	439	1,132	33,971	
23	12-Jun-14	702	430	1,132	33,269	
24	12-Jul-14	711	421	1,132	32,559	
25	11-Ago-14	720	412	1,132	31,839	
26	10-Sep-14	729	403	1,132	31,110	
27	10-Oct-14	738	394	1,132	30,372	
28	09-Nov-14	747	384	1,132	29,625	
29	09-Dic-14	757	375	1,132	28,868	
30	08-Ene-15	766	365	1,132	28,102	
31	07-Feb-15	776	355	1,132	27,326	
32	09-Mar-15	786	346	1,132	26,540	
33	08-Abr-15	796	336	1,132	25,744	
34	08-May-15	806	326	1,132	24,938	
35	07-Jun-15	816	315	1,132	24,122	
36	07-Jul-15	826	305	1,132	23,296	
37	06-Ago-15	837	295	1,132	22,459	

38	05-Sep-15	847	284	1,132	21,612
39	05-Oct-15	858	273	1,132	20,753
40	04-Nov-15	869	263	1,132	19,884
41	04-Dic-15	880	252	1,132	19,004
42	03-Ene-16	891	240	1,132	18,113
43	02-Feb-16	902	229	1,132	17,211
44	03-Mar-16	914	218	1,132	16,297
45	02-Abr-16	925	206	1,132	15,372
46	02-May-16	937	194	1,132	14,435
47	01-Jun-16	949	183	1,132	13,486
48	01-Jul-16	961	171	1,132	12,525
49	31-Jul-16	973	158	1,132	11,552
50	30-Ago-16	985	146	1,132	10,566
51	29-Sep-16	998	134	1,132	9,568
52	29-Oct-16	1,010	121	1,132	8,558
53	28-Nov-16	1,023	108	1,132	7,535
54	28-Dic-16	1,036	95	1,132	6,498
55	27-Ene-17	1,049	82	1,132	5,449
56	26-Feb-17	1,063	69	1,132	4,387
57	28-Mar-17	1,076	55	1,132	3,310
58	27-Abr-17	1,090	42	1,132	2,221
59	27-May-17	1,103	28	1,132	1,117
60	26-Jun-17	1,117	14	1,132	0
TOTAL					



ANEXO N° 3



ANEXO N° 4

FOTOGRAFÍAS

ROPA DEL DANZANTE Y SUS PERSONAJES



ROPA DEL DANZANTE Y LA ESPOSA





ROPA DEL PRIOSTE, ALCALDE E INDIA DEL DANZANTE



TAMBORERO

VESTIMENTA DIABLO HUMA



MÁSCARA Y ACOMPAÑANTES





VESTIMENTA DE CARANQUIS



VESTIMENTA DE CAYAMBEÑAS



VESTIMENTA PERSONAJES DE LA MAMA NEGRA



VESTIMENTA DE LA MAMA NEGRA Y CHOLAS



VESTIMENTA DE NATABUELAS



VESTIMENTA PASE DEL NIÑO



VESTIMENTA DE CHOLAS Y LONGOS DE ZAMARRO



VESTIMENTA DE HUACOS



**TRAJES TÍPICOS DE VENEZUELA Y LONGO DE ZAMARRO
ECUATORIANO**



TRAJE TÍPICO DE BOLIVIA



TRAJES TÍPICOS DE PERÚ



TRAJE TÍPICO DE COLOMBIA