



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA EMPRESA “POLLERAS VIP” EN ALAUSÍ

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

JHOFRE ADRIAN SANAGUARAY PEREZ

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA EMPRESA
“POLLERAS VIP” EN ALAUSÍ**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

JHOFRE ADRIAN SANAGUARAY PEREZ

DIRECTOR: ING. FRANQUI FERNANDO ESPARZA PAZ

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, **Jhofre Adrián Sanaguaray Pérez**

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

Yo, Jhofre Adrián Sanaguaray Pérez, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 17 de julio de 2023



Jhofre Adrián Sanaguaray Pérez

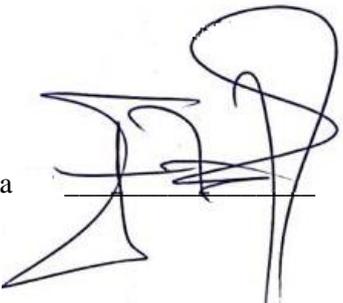
CI: 060579408-0

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA EMPRESA “POLLERAS VIP” EN ALAUSÍ**, realizado por el señor: **JHOFRE ADRIÁN SANAGUARAY PÉREZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-07-17
Ing. Franqui Fernando Esparza Paz DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-17
Econ. Marco Antonio González Chávez ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-17

DEDICATORIA

Dedico el presente Trabajo de investigación a Dios, agradecido por su bendición de salud, energía, inteligencia y la capacidad de completar este trabajo con éxito. A mi amada esposa Faviola Sinchi, que siempre ha estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional en todos los aspectos, económicos, emocionales y motivándome cada día a esforzarme más. A mis queridos padres, que han sido un pilar fundamental en mi vida y me han brindado su apoyo incondicional en mi camino hacia este logro. Les agradezco de todo corazón.

Jhofre

AGRADECIMIENTO

Queridos docentes, agradezco sinceramente por compartir su sabiduría y apoyo en mi formación. A mis tutores, les estoy agradecido por su asesoramiento y colaboración en la realización de este proyecto. Estoy profundamente agradecido a la Universidad Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por brindarme la oportunidad de estudiar en sus instalaciones, a bienestar estudiantil por ayudarme cuando más lo necesitaba con una beca y gracias a eso permitirme el día de hoy desarrollarme como un excelente profesional. A mi esposa y padres, les estoy eternamente agradecido por su amor y apoyo incondicional que me brindaron la estabilidad financiera y emocional necesaria para lograr esta meta. Gracias por creer en mí.

Jhofre

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
RESUMEN.....	xiii
SUMMARY/ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.1. Limitaciones y delimitaciones	4
1.2. Problema General de Investigación.....	4
1.3. Problemas específicos de investigación	4
1.4. Objetivos	5
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	5
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.5. Justificación	6
1.5.1. <i>Justificación Teórica</i>	6
1.5.2. <i>Justificación Metodológica</i>	6
1.5.3. <i>Justificación Práctica</i>	6

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes de investigación.....	8
2.2. Referencias Teóricas	10
2.2.1. <i>Concepto de proyectos de inversión</i>	10
2.2.1.1. <i>Importancia de los proyectos de inversión</i>	10
2.2.1.2. <i>Estructura del proyecto.</i>	11

2.2.2. Estudio de mercado.....	12
2.2.2.1. <i>Análisis de la demanda</i>	13
2.2.2.2. <i>Análisis de la oferta</i>	14
2.2.2.3. <i>La demanda insatisfecha</i>	14
2.2.2.4. <i>Determinación y análisis de precios</i>	15
2.2.3. La empresa o unidad ejecutora	15
2.2.3.1. <i>Misión</i>	16
2.2.3.2. <i>Visión</i>	16
2.2.3.3. <i>Políticas y Valores</i>	16
2.2.4. Estudio técnico.....	18
2.2.4.1. <i>Tamaño del proyecto.</i>	18
2.2.4.2. <i>Localización del proyecto</i>	19
2.2.4.3. <i>Proceso de producción.</i>	20
2.2.4.4. <i>Distribución de plata</i>	21
2.2.5. Estudio Financiero	21
2.2.5.1. <i>Presupuesto de inversiones</i>	21
2.2.5.2. <i>Activos Fijos</i>	22
2.2.5.3. <i>Depreciaciones</i>	23
2.2.5.4. <i>Amortizaciones</i>	23
2.2.5.5. <i>Capital de trabajo</i>	23
2.2.5.6. <i>Presupuesto de ingresos</i>	24
2.2.5.7. <i>Presupuestos de egresos</i>	24
2.2.5.8. <i>Presupuestos de gastos</i>	25
2.2.5.9. <i>Flujo financiero operacional</i>	26
2.2.6. Evaluación de Proyectos.....	27
2.2.6.1. <i>¿Qué son los indicadores?</i>	27
2.2.6.2. <i>Rentabilidad</i>	27
2.2.6.3. <i>Valor Actual Neto</i>	27
2.2.6.4. <i>La Tasa Interna De Rentabilidad</i>	28

2.2.6.5.	<i>La relación beneficio / costo</i>	28
2.2.6.6.	<i>El periodo de recuperación de la inversión.</i>	29
2.2.6.7.	<i>Análisis de sensibilidad</i>	29

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	30
3.1.	Enfoque de investigación	30
3.1.1.	<i>Enfoque Mixto</i>	30
3.1.2.	<i>Cuantitativo</i>	30
3.1.3.	<i>Cualitativo</i>	30
3.2.	Nivel de Investigación	31
3.3.	Diseño de investigación	31
3.3.1.	<i>Según la manipulación o no de la variable independiente</i>	31
3.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	31
3.4.	Tipo de estudio	32
4.1.	Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	32
4.1.1.	<i>Población y Planificación</i>	32
4.1.2.	<i>Selección y cálculo del tamaño de la muestra</i>	32
4.2.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	33
4.2.1.	<i>Métodos de investigación</i>	33
4.2.2.	<i>Técnicas de investigación</i>	34
4.2.3.	<i>Instrumentos de investigación</i>	35

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	36
4.1.	Análisis e interpretación de la encuesta realizada a la población de Alausí	36
4.2.	Análisis e interpretación de la entrevista	45

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	46
5.1.	Propuesta	46
5.1.1.	Unidad ejecutora.....	46
5.1.1.1.	<i>Descripción de la empresa</i>	46
5.1.1.2.	<i>Objetivos del proyecto</i>	46
5.1.1.3.	<i>Ubicación del proyecto.....</i>	47
5.1.1.4.	<i>Misión</i>	47
5.1.1.5.	<i>Visión</i>	48
5.1.1.6.	<i>Valores corporativos</i>	49
5.1.2.	Estudio de mercado.....	50
5.1.2.1.	<i>Productos para ofrecer.....</i>	50
5.1.2.2.	<i>Análisis de la demanda</i>	51
5.1.2.3.	<i>Proyección de la demanda.....</i>	51
5.1.2.4.	<i>Análisis de la oferta</i>	52
5.1.2.5.	<i>Proyección de la oferta.....</i>	53
5.1.2.6.	<i>Demanda insatisfecha.....</i>	53
5.1.2.7.	<i>Marketing Mix</i>	53
5.1.3.	Estudio técnico.....	55
5.1.3.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	55
5.1.3.2.	<i>Capacidad de producción.....</i>	55
5.1.3.3.	<i>Localización del proyecto.....</i>	56
5.1.3.4.	<i>Proceso productivo (Diagrama de flujo).....</i>	57
5.1.3.5.	<i>Distribución de planta</i>	58
5.1.4.	Inversiones y financiamiento	59
5.1.4.1.	<i>Inversiones fijas</i>	59
5.1.4.2.	<i>Financiamiento</i>	60
5.1.4.3.	<i>Tabla de pagos.....</i>	61

5.1.5. Estudio Económico y Financiero	63
5.1.5.1. <i>Presupuesto de ventas</i>	63
5.1.5.2. <i>Costos de producción</i>	64
5.1.5.3. <i>Mano de obra directa</i>	65
5.1.5.4. <i>Costos Indirectos Fabricación</i>	67
5.1.5.5. <i>Resumen de costos</i>	71
5.1.5.6. <i>Gastos de Operación</i>	72
5.1.5.7. <i>Resumen de gastos operativos</i>	75
5.1.5.8. <i>Estado de resultados y flujos de caja</i>	76
5.1.5.9. <i>Valor Actual Neto</i>	79
5.1.5.10. <i>Tasa Interna de Retorno</i>	80
5.1.5.11. <i>Relación beneficio costo</i>	81
5.1.5.12. <i>Punto de equilibrio</i>	82
5.1.5.13. <i>Análisis de sensibilidad</i>	83
CONCLUSIONES.....	85
RECOMENDACIONES.....	86
BIBLIOGRAFIA	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4: Edad de ciudadanos del cantón Alausí.....	36
Tabla 2-4: Situación laboral actual de ciudadanos del cantón Alausí.....	37
Tabla 3-4: Nivel de satisfacción tiene con las polleras que compra de ciudadanos del cantón Alausí.....	38
Tabla 4-4: Precio de las polleras que compra ciudadanos del cantón Alausí.....	39
Tabla 5-4: Disposición de pago para una pollera de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.....	40
Tabla 6-4: Decisión de compra de una pollera personalizada de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.....	41
Tabla 7-4: Lugar en dónde les gustaría comprar los productos de "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.....	42
Tabla 8-4: Preferencia sobre el medio de promoción a ciudadanos del cantón Alausí.....	43
Tabla 9-4: Factor que influye en la decisión de compra de una Pollera a ciudadanos del cantón Alausí.....	44
Tabla 1-5: Formulación de la demanda potencial.....	51
Tabla 2-5: Proyección de la demanda.....	51
Tabla 3-5: Cálculo de la demanda real.....	52
Tabla 4-5: Observación, Observación realizada a la oferta de polleras del Cantón Alausí.....	52
Tabla 5-5: Proyección de la oferta.....	53
Tabla 6-5: Demanda insatisfecha.....	53
Tabla 7-5: Precios de la competencia.....	54
Tabla 8-5: Inversiones Fijas.....	59
Tabla 9-5: Financiamiento.....	60
Tabla 10-5: Tabla de pagos.....	61
Tabla 11-5: Presupuesto de ventas.....	63
Tabla 12-5: Materia prima directa.....	64
Tabla 13-5: Mano de obra directa.....	65
Tabla 14-5: Materia prima indirecta.....	67
Tabla 15-5: Servicios básicos.....	68
Tabla 16-5: Depreciaciones.....	69
Tabla 17-5: Mantenimiento de maquinaria.....	70
Tabla 18-5: Resumen de costos.....	71
Tabla 19-5: Gastos administrativos.....	72
Tabla 20-5: Gastos de ventas.....	73

Tabla 21-5: Gastos financieros	74
Tabla 22-5: Resumen de gastos operativos.....	75
Tabla 23-5: Estado de resultados	76
Tabla 24-5: Flujo de caja	78
Tabla 25-5: Valor Actual Neto.....	79
Tabla 26-5: Tasa Interna de Retorno.....	80
Tabla 27-5: Relación beneficio costo.....	81
Tabla 28-5: Punto de equilibrio	82
Tabla 29-5: Análisis de sensibilidad VAN	83
Tabla 30-5: Análisis de sensibilidad TIR.....	84

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-4: Edad de ciudadanos del cantón Alausí encuestados	36
Ilustración 2-4: Situación laboral actual de ciudadanos del cantón Alausí.	37
Ilustración 3-4: Nivel de satisfacción tiene con las polleras que compra de ciudadanos del cantón Alausí.....	38
Ilustración 4-4: Precio de las polleras que compra ciudadanos del cantón Alausí.....	39
Ilustración 5-4: Disposición de pago para una pollera de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí	40
Ilustración 6-4: Decisión de compra de una pollera personalizada de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.....	41
Ilustración 7-4: Lugar en dónde les gustaría comprar los productos de "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.....	42
Ilustración 8-4: Preferencia sobre el medio de promoción a ciudadanos del cantón Alausí	43
Ilustración 9-4: Factor que influye en la decisión de compra de una Pollera a ciudadanos del cantón Alausí.....	44
Ilustración 1-5: Ubicación de la empresa Polleras VIP	47
Ilustración 2-5: Representación gráfica de una pollera	50
Ilustración 3-5: Ubicación del proyecto para la Polleras VIP	56
Ilustración 4-5: Diagrama de flujo sobre el proceso de producción de la empresa Polleras VIP	57
Ilustración 5-5: Distribución de planta de la empresa Polleras VIP	58

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue desarrollar un proyecto de inversión para mejorar la rentabilidad de la empresa textil "Polleras VIP" en Alausí; Realizar un estudio de mercado, diseñar un estudio administrativo, efectuar un estudio técnico y formular un estudio financiero. Se utilizó una metodología con enfoque cuantitativo y cualitativo para obtener información sobre la demanda, oferta de precios, estrategias de promoción, y percepción de la población indígena de Alausí sobre el producto. Se utilizaron tanto el método inductivo y deductivo para la elaboración y aplicación de los instrumentos de investigación como encuesta con preguntas cerradas y una escala de Likert, y una entrevista con el propietario de la empresa para conocer su visión y necesidades de inversión. Se realizó una observación directa de los negocios que ofrecen el producto. La investigación fue descriptiva por el uso de Excel para el análisis de datos de las encuestas y no experimental porque no se manipuló las variables, un diseño transversal en un momento y tiempo único en donde se obtuvo la información. Los flujos de caja proyectados de la empresa "Polleras VIP" indica que en el año 2024 se espera un flujo de caja negativo debido a las inversiones realizadas, sin embargo, se prevé una mejora en la gestión del efectivo con un flujo de caja positivo. Según el Valor Actual Neto, se espera que la inversión en la empresa genere un valor presente de 14.429 y una rentabilidad del 25,62% sobre el costo de la inversión. En conclusión, los indicadores financieros se muestran positivos, un VAN y TIR positivos, demuestran la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Se recomienda que la empresa aplique el presente proyecto, y se invierta en las maquinarias y dar enfoque en mejorar y destacar la calidad de sus polleras.

Palabras clave: <PROYECTO DE INVERSIÓN>, < RENTABILIDAD>, <VALOR ACTUAL NETO >, <TASA INTERNA DE RETORNO>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO TÉCNICO >, < EVALUACIÓN ECONÓMICA>, <ESTADO DE RESULTADOS>.

A handwritten signature in blue ink is written over a circular official stamp. The stamp contains the text "UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE ECUADOR" around the perimeter and a central emblem.

02-08-2023

1617-DBRA-UPT-2023

SUMMARY

The objective of this study was to develop an investment project to improve the profitability of the textile company "Polleras VIP" in Alausí; conduct a market study, design an administrative study, carry out a technical study and formulate a financial study. A methodology was used with a quantitative and qualitative approach to obtain information on demand, price supply, promotion strategies, and perception of the indigenous population of Alausí about the product. Both the inductive and deductive methods were used for the elaboration and application of the research instruments such as a survey with closed questions and a Likert scale, and an interview with the owner of the company to understand his vision and investment needs. Direct observation of businesses that offer the product was carried out. The research was descriptive due to the use of Excel for data analysis of the surveys and non-experimental because the variables were not manipulated, a cross-sectional design at a unique time and place where the information was obtained. The projected cash flows of the company "Polleras VIP" indicate that in 2024 a negative cash flow is expected due to the investments made, however, an improvement in cash management is expected with a positive cash flow. According to the Net Present Value, it is expected that the investment in the company will generate a present value of \$14,429 and a return on investment of 25.62% on the cost of the investment. In conclusion, the financial indicators show positive results, a positive NPV and IRR, demonstrate the feasibility and profitability of the project. It is recommended that the company implement the present project, invest in machinery and focus on improving and highlighting the quality of its skirts.

Keywords: <INVESTMENT PROJECT>, <PROFITABILITY>, <NET PRESENT VALUE>, <INTERNAL RATE OF RETURN>, <MARKET STUDY>, <TECHNICAL STUDY>, <ECONOMIC EVALUATION>, <INCOME STATEMENT>.



Lic. María Eugenia Rodríguez Durán Mgs.

C.I: 0603914797

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se enfoca en resolver la problemática de la empresa de Polleras VIP en Alausí, que enfrentaba una limitación en su capacidad productiva para atender la demanda de sus productos. Para abordar esta cuestión, se decidió invertir en dos maquinarias con el objetivo de aumentar la capacidad productiva y evaluar si esta inversión generaría un retorno positivo, superando el costo de oportunidad del dinero. Este trabajo de integración curricular, titulado "Proyecto de inversión para la empresa Polleras VIP en Alausí", está estructurado en cinco capítulos siguiendo las normas establecidas por la Facultad de Administración de Empresas.

Problema de investigación: Aquí se describen los objetivos generales y específicos, la justificación teórica, metodológica y práctica, las limitaciones y delimitaciones.

Marco teórico: Este capítulo presenta los antecedentes de investigación y las referencias teóricas relevantes sobre proyectos de inversión. Se incluyen temas como la importancia de los proyectos de inversión, el estudio de mercado, la unidad ejecutora, el estudio técnico, financiero y la evaluación del proyecto.

Marco metodológico: Aquí se describen los métodos, técnicas e instrumentos para recolectar la información necesaria. Se realiza la interpretación y análisis de los datos obtenidos a través de encuestas para obtener información sobre la oferta, demanda y precios de las polleras.

Análisis de resultados: Este capítulo presenta la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas.

Propuesta: En este capítulo se plantea una solución a la problemática de la empresa a través de un proyecto de inversión. Se determina la unidad ejecutora, se realiza un estudio de mercado, técnico, financiero y económico. Se incluye un análisis de sensibilidad y punto de equilibrio.

La importancia de este proyecto radica en que la ejecución de este proyecto incrementará la rentabilidad de la empresa, generará ingresos positivos y contribuirá al desarrollo y creación de empleo en la región. Además, para la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, este trabajo de integración curricular representa un aporte investigativo y puede ser un modelo a seguir para futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

La implementación de proyectos de inversión puede tener un impacto significativo en el desarrollo económico de una región o país. Al generar empleo directo e indirecto, estos proyectos pueden mejorar la calidad de vida de las personas y fomentar la redistribución de la riqueza. Además, la creación de empleos puede ayudar a reducir la pobreza y mejorar la economía local; en consecuencia:

El lanzamiento de nuevos proyectos de inversión es un aspecto clave para impulsar el desarrollo económico de un país y lograr un crecimiento sostenible. Al invertir en nuevos proyectos, se pueden generar empleos y mejorar la economía, lo que a su vez puede contribuir a la estabilidad y crecimiento a largo plazo. (Pacheco y Pérez, 2018: p.7)

En lo que respecta al manejo de los proyectos de inversión y generación de emprendimientos en nuestro país se afirma que:

A pesar de tener una Tasa de Actividad Emprendedora alta en comparación con otros países de América Latina, con un 36,3% de la población involucrada en la creación de negocios, Ecuador también enfrenta una Tasa de Salida elevada, del 9,3%. Los motivos más comunes para la salida de negocios incluyen problemas personales (32,7%), falta de rentabilidad (25,2%) y falta de financiamiento (16,6%). Estos resultados indican la necesidad de apoyar y fortalecer a los emprendedores para mejorar sus habilidades empresariales y aumentar la rentabilidad de sus negocios. (Lasio et al., 2020: p. 18)

En este contexto, la decisión de iniciar un nuevo proyecto de inversión puede ser crucial para el crecimiento económico individual. El individuo debe estar en busca de oportunidades y estar dispuesto a organizar los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto con éxito. La identificación de oportunidades y la planificación adecuada son factores clave para el éxito de cualquier proyecto de inversión. (Cáceres, 2021)

Además, en la provincia de Chimborazo, a pesar de la falta de estudios específicos sobre la tasa de emprendimientos, es evidente la importancia de impulsar proyectos de inversión para prevenir el fracaso de los emprendimientos. La generación de proyectos sólidos y bien planificados es fundamental para asegurar su éxito y contribuir al desarrollo económico de la región.

Según (Viñán et al., 2018: p.1), en referencia a los proyectos de inversión indica que:

Un proyecto de inversión es una herramienta clave para alcanzar objetivos de crecimiento económico, ya que permite el desarrollo de nuevas ideas y la innovación en diferentes sectores. La planificación cuidadosa y la identificación de oportunidades pueden ayudar a asegurar el éxito de un proyecto de inversión, y en consecuencia, el crecimiento y desarrollo sostenible de la economía.

Con estos antecedentes y según las estadísticas del: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010, p.3), Chimborazo tiene uno de los porcentajes más altos de población indígena con un 38%, la población que trabaja por cuenta propia es el 50,5% reflejando la necesidad e importancia de formular proyectos de inversión para el éxito de estos y los empleados privados un 15,9 %.

La empresa Polleras VIP se encuentra limitada por su capacidad de producción insuficiente para satisfacer la demanda del mercado. La principal causa de este problema es la escasa cantidad de máquinas de bordado y un espacio de trabajo demasiado pequeño que impide trabajar de manera eficiente. Además, la mala distribución de la planta y la falta de conocimientos técnicos y formación académica del propietario también contribuye a esta situación. Estos factores combinados limitan la capacidad de la empresa Polleras VIP para cumplir con la demanda del mercado y satisfacer las expectativas de sus clientes.

Por todos estos factores hacen que la empresa registra un estancamiento, por ello necesita formular un proyecto de inversión que contemple definir la Unidad ejecutora del proyecto, en donde se define a la organización que va a poner en marcha el proyecto de inversión, el estudio de mercado, para determinar la demanda insatisfecha, el estudio técnico para determinar, listar y organizar los recursos para el proyecto, las inversiones y el financiamiento, por último se realiza un estudio Económico y Financiero para determinar la utilidad y la rentabilidad que va a generar el proyecto.

1.1 Limitaciones y delimitaciones

Limitaciones:

La falta de colaboración por parte de otros ofertantes del producto de Polleras limitó la obtención de información exacta sobre la producción real del producto.

La aplicación de encuestas y entrevistas limitó la información a un solo momento y a una muestra representativa.

Delimitaciones:

La investigación se realizó en la ciudad de Alausí, provincia de Chimborazo, limitando la generalización de resultados a otros mercados.

La investigación se limitó a los objetivos específicos planteados y no se incluyó el análisis de otros aspectos que podrían afectar el proyecto de inversión.

1.2. Problema General de Investigación

¿De qué manera el proyecto de inversión incidirá en el incremento de la rentabilidad de la empresa POLLERAS VIP?

1.3. Problemas específicos de investigación

- ¿La unidad ejecutora del proyecto determinará a la entidad que ejecutará el proyecto de inversión?
- ¿El estudio de mercado permitirá determinar la demanda insatisfecha de los productos de la empresa Polleras VIP?
- ¿Las estrategias de marketing admitirán mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado?
- ¿El estudio administrativo establece los recursos humanos para el cumplimiento de los objetivos del proyecto?
- ¿El estudio técnico ayudará analizar la ubicación, tamaño, maquinarias y demás recursos necesarios para mejorar la producción de la empresa?
- ¿El estudio técnico permitirá determinar la mejor distribución de planta para lograr una mejor eficiencia productiva?
- ¿El estudio Financiero facilitará la construcción de los presupuestos de inversiones, costos, gastos, flujos de efectivo?
- ¿Los indicadores financieros determinarán la rentabilidad del proyecto de inversión?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Desarrollar el proyecto de inversión a través de un estudio de mercado, técnico, económico y financiero para mejorar la rentabilidad de la empresa “Polleras VIP”, cantón Alausí, provincia de Chimborazo

1.4.2. Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado a través de la aplicación de fuentes primarias para determinar la oferta, demanda y establecer estrategias de posicionamiento.
- Diseñar un estudio administrativo a través de la organización del recurso humano para conocer la estructura organizacional
- Efectuar un estudio técnico a través del análisis de la ubicación, el tamaño para conocer la ubicación óptima del proyecto.
- Formular un estudio financiero mediante estudios de las inversiones, financiamiento, costos, gastos, flujos de efectivo, para determinar la utilidad y rentabilidad del proyecto de inversión.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Teórica

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar conocimientos y reducir las brechas existentes en base a teorías y conceptos existentes sobre formulación y evaluación de proyectos de inversión mediante la investigación del estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.

En la actualidad existe un gran número de información en libros, trabajos de titulación, artículos científicos, que respalda la posibilidad de realizar este proyecto de investigación y abordar diferentes temas necesarios para formular y obtener resultados sobre el proyecto de inversión.

1.5.2. Justificación Metodológica

La presente investigación se llevará a cabo mediante el uso de un enfoque de investigación mixto que combina la aplicación de dos técnicas principales: encuestas y entrevistas. Este enfoque permite generar una amplia gama de información sobre la demanda insatisfecha, los gustos y las preferencias del mercado, lo que es esencial para la formulación y evaluación del proyecto de inversión.

Las encuestas se aplicarán a un grupo representativo de la población objetivo, con el objetivo de obtener una comprensión generalizada de las necesidades y deseos del mercado. Por otro lado, las entrevistas permitirán profundizar en temas específicos y obtener información detallada y verificable sobre las opiniones y preferencias de los potenciales clientes.

La combinación de estas dos técnicas permitirá obtener una visión completa y precisa de la demanda del mercado, lo que es fundamental para la formulación y evaluación del proyecto de inversión. Por lo tanto, esta justificación metodológica sienta las bases para la obtención de resultados precisos y confiables que permitan cumplir con los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

1.5.3. Justificación Práctica

La presente investigación tiene una justificación práctica relevante en la medida en que puede ayudar a la empresa "Polleras VIP" a tomar decisiones informadas sobre su proyecto de inversión. La aplicación de un enfoque de investigación mixto, que incluye técnicas como encuestas y entrevistas, permitirá obtener información valiosa sobre la demanda insatisfecha, los

gustos y preferencias del mercado, lo que a su vez permitirá un análisis más preciso. Si los resultados de la investigación indican rentabilidad, la empresa podrá asignar los recursos necesarios con mayor confianza, lo que se traducirá en una reducción de las pérdidas económicas y en un mejor aprovechamiento de la demanda insatisfecha. La definición de la Unidad ejecutora y la realización de los estudios de mercado, técnico, económico y financiero respaldarán la puesta en marcha del proyecto y ayudarán a determinar su utilidad y rentabilidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

Los antecedentes de esta investigación incluyen una revisión exhaustiva de literatura relevante a nivel nacional e internacional en artículos científicos y tesis de grado relacionados con el objetivo de la investigación. Esta revisión de literatura sirve de sustento para el proyecto de inversión que tiene como objetivo mejorar la capacidad productiva de la empresa "Polleras VIP".

El proyecto se enfoca en la intervención en el área de producción para implementar personal capacitado y maquinaria competente, con el fin de aumentar la eficiencia y reducir los costos de producción. Además, se menciona que existe una necesidad por parte de las personas de estar a la moda, a través de la indumentaria nativa de los pueblos y nacionalidades indígenas, que refleja la cultura y proyecta una imagen y estatus social. Por lo tanto, se hace énfasis en la importancia de la calidad de la prenda para causar diferentes percepciones.

En este contexto la investigación realizada por (Portilla et al., 2017: p.6) con el tema: "Proyecto de inversión para la comercialización de Ropa en el Catón Milagro" en dónde concluye que: "Tanto el estudio de mercado como el estudio financiero demostraron la viabilidad de nuestro proyecto, obteniendo un gran mercado por satisfacer y buenos resultados económicos que atraen a cualquier inversionista."

El estudio de las investigaciones muestra la importancia de realizar un proyecto de inversión para evaluar su rentabilidad. Los autores mencionados en la investigación anterior afirman que, al realizar un proyecto de inversión, a través de un estudio financiero y de mercado, se puede determinar la utilidad, rentabilidad y viabilidad del proyecto para cumplir con la demanda. Esto genera indicadores que atraen a inversionistas o personas interesadas en los resultados económicos.

En determinación sobre los antecedentes de la moda (Iglesias, 2015, p. 15) manifiesta que:

El impacto de nuestra apariencia en los demás es resultado de una combinación de factores como nuestra anatomía, formas de expresión y la ropa que llevamos puesta. La moda, ha evolucionado para convertirse en un medio de comunicación utilizado por los seres humanos. Ya sea para un hombre o una mujer, la ropa es una forma de expresar su género, edad, clase social, profesión, personalidad, origen y gustos personales.

El autor destaca la importancia del negocio de la moda, que se ha convertido en un medio de comunicación y proyección de la personalidad de las personas. La ropa que una persona lleva puesta da a entender su género, edad, clase social, profesión, gustos, etc. Por esta razón, el autor cree que el proyecto de inversión en el negocio de la moda, especialmente en mercados de pueblos y nacionalidades indígenas, tendrá una buena acogida debido a la falta de desarrollo en la producción de ropa.

En referencia al estudio de mercado (Chaparro et al., 2018, p. 224) con el tema: “PROPUESTA CREACIÓN DE BOUTIQUE DIVAS'S STRONG” en donde concluye que:

Se realizó un estudio de mercado con el objetivo de identificar las necesidades y tendencias actuales de la moda en una población específica. Gracias a este estudio, se logró conocer las preferencias de las mujeres y se decidió incursionar en este mercado con diseños exclusivos de prendas. Además, el proyecto busca transformar culturalmente la percepción sobre las mujeres de talla grande, combatiendo la discriminación en el ámbito de la moda.

Según la conclusión del trabajo de titulación mencionado, el estudio de mercado es crucial para el éxito o fracaso de una empresa. Gracias a este estudio, se pudo identificar las necesidades y tendencias actuales de la moda en una población específica, conociendo las preferencias de las mujeres. De esta forma, se puede transformar el mercado de la moda y fabricar productos que se ajusten a las necesidades de la población.

2.2. Referencias Teóricas

2.2.1. Concepto de proyectos de inversión

Los proyectos de inversión son fundamentales para el éxito de un negocio o proyecto, ya que incluyen estudios que preceden sus resultados y aseguran el retorno de la inversión en un tiempo establecido. Así, “Los proyectos de inversión tienen el objetivo de maximizar los resultados y garantizar el retorno de la inversión en un plazo determinado. Estos proyectos permiten evaluar la rentabilidad, viabilidad y utilidad del negocio, y tomar decisiones informadas sobre la continuación o no del proyecto.”(Paguay, 2022, p. 6); de igual manera lo afirma Pérez (2020, p.4), “El proyecto de inversión también contempla la identificación y análisis de los riesgos y oportunidades asociados a la implementación de la empresa o proyecto, para determinar su viabilidad y rentabilidad a largo plazo.” El proyecto de inversión se refiere a la planificación y evaluación detallada de una inversión específica, incluyendo la estimación de los costos, ingresos y flujos de fondos futuros, con el objetivo de determinar su viabilidad económica y la posibilidad de generar un retorno adecuado para los inversionistas. La idea es evaluar si el proyecto será rentable y ofrecerá un buen rendimiento a largo plazo, para garantizar una inversión segura y exitosa.

Para Pacheco y Pérez la finalidad de un proyecto de inversión es:

El proyecto de inversión es un proceso que permite a los empresarios tener una visión a largo plazo sobre los posibles resultados y consecuencias de una inversión, lo que les permite tomar decisiones informadas y asegurarse de que la inversión sea rentable y viable a largo plazo. También permite identificar los riesgos y desafíos potenciales y desarrollar estrategias para mitigarlos. En resumen, un proyecto de inversión es esencial para garantizar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de un negocio o proyecto.(Pacheco y Pérez, 2018, p. 9)

Un proyecto de inversión busca elegir la alternativa más viable económicamente para recuperar la inversión y generar utilidades a largo plazo. Un estudio exhaustivo previo a la inversión es fundamental para evitar errores y tomar decisiones informadas, lo cual puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso del negocio.

2.2.1.1. Importancia de los proyectos de inversión

Los proyectos de inversión son importantes porque generan desarrollo a la empresa, a los colaboradores, a la sociedad y dinamizan la economía así aportando a la disminución de la pobreza y creando empleo para la sociedad.

La realización de proyectos de inversión bien estructurados y planificados, con un adecuado análisis de viabilidad económica y financiera, permiten al empresario tomar decisiones acertadas y aumentar la probabilidad de éxito de su negocio. De esta forma, el crecimiento empresarial contribuye al crecimiento económico del país, generando empleo, aumentando la producción y mejorando la calidad de vida de la población. (Pacheco y Pérez, 2018, p. 7)

Sin embargo, existe otro punto de vista sobre la importancia; la importancia radica en la utilidad de la información para la toma de decisiones, en dónde se generan resultados predecibles para una correcta toma de decisiones, así lo menciona Santana “Estos proyectos también permiten al empresario o inversor tomar decisiones informadas sobre la dirección futura de su negocio o proyecto, y asegurarse de que los recursos se destinen de manera eficiente y efectiva para obtener el mayor retorno posible.”(Santana, 2017, p. 3)

Por medio de los autores se evidencia la importancia para el país, la sociedad y las empresas los proyectos de inversión. Por consecuencia las empresas ejecutarán los proyectos optimizando recursos y en beneficio general para una mejora en la economía de los involucrados.

2.2.1.2. Estructura del proyecto.

Todo proyecto tiene una estructura y es en dónde el proyecto se forma, se planifica, es decir es la base para que giren todos los componentes sobre los parámetros establecidos y con esto se fundamenta el éxito o fracaso del mismo.

Según Pérez (2021), menciona que la estructura de un proyecto:

La estructura de un proyecto es importante porque permite tener una visión clara y detallada de cómo se desarrollará el proyecto, desde su justificación hasta las expectativas y proyecciones. Además, también permite identificar los recursos necesarios y las personas responsables de su ejecución, lo que contribuye a su éxito. (p.3)

Según (Viñán et al., 2018, p. 11) definen la estructura del proyecto en:

- Estudio de mercado, que incluye al consumidor, competidor, proveedor y distribuidor.*
- Estudio técnico, que se enfoca al tamaño, localización, proceso productivo, distribución física, estructura organizacional del proyecto*
- Estudio Financiero, incluye la evolución financiera, económica y social.*

2.2.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado es esencial para garantizar la rentabilidad y la supervivencia de una empresa. Es importante realizar un análisis exhaustivo de la demanda insatisfecha a través de fuentes primarias y secundarias para reducir el riesgo de fracaso. Sin ventas, es difícil mantenerse en el mercado y la falta de rentabilidad es una de las principales causas del cierre de empresas. Por lo tanto, una adecuada investigación de mercado es crucial para asegurar el éxito de un negocio.

El análisis del mercado implica examinar tanto la oferta como la demanda a través de la investigación directa con fuentes primarias. Los datos recopilados se organizan, analizan e interpretan con el fin de determinar el tamaño del mercado y establecer estrategias enfocadas en la ubicación del proyecto dentro de un segmento específico. (Carrillo et al., 2019, p. 40)

El estudio de mercado es fundamental en el desarrollo de un proyecto, ya que es a través de él que se identifican las necesidades y preferencias de los clientes potenciales. La investigación debe enfocarse en recopilar información sobre las características del producto, las preferencias en cuanto a la promoción, los canales de distribución más adecuados, la disponibilidad de pagos y la percepción sobre el precio.

El estudio de mercado según (Viñán et al., 2018, p. 19) se considera importante por:

El estudio de mercado es fundamental para el éxito de un proyecto. Permite identificar las necesidades y preferencias de los clientes potenciales y tomar decisiones informadas sobre características del producto, estrategias de promoción, canales de distribución adecuados, preferencia de pago y percepción de precios. Un buen estudio de mercado es clave para un desarrollo eficiente de los estudios técnicos y financieros y para realizar una evaluación precisa del proyecto.

El estudio de mercado es fundamental para el éxito de un proyecto, ya que brinda información valiosa para evaluar su viabilidad y realizar proyecciones precisas de las ganancias que generará. Por eso, es importante llevarlo a cabo con atención y detenimiento, considerando factores sociales, económicos, empresariales, tendencias y modas. Para obtener información precisa, se pueden utilizar técnicas como entrevistas, observación directa y otras herramientas investigativas adecuadas.

2.2.2.1. Análisis de la demanda

La demanda se refiere al grupo de personas que representan el mercado objetivo para la empresa y son los potenciales compradores de sus productos. Esta demanda puede ser motivada tanto por necesidades como por deseos. Para comprender mejor quiénes son las personas que requerirán el producto, es crucial realizar un estudio de mercado para segmentar la población y determinar su composición y características.

Es fundamental realizar un análisis de la demanda para determinar la cantidad de productos que las personas necesitan y están dispuestas a adquirir, teniendo en cuenta el precio, la frecuencia de uso y las aplicaciones del producto que se ofrecerá. Esto permitirá observar cómo se comportará el producto en relación al precio en el que se venderá. (Carrillo et al., 2019, p. 45)

El objetivo de la investigación de demanda es determinar la cantidad de productos que el mercado está dispuesto a adquirir a un determinado precio, considerando factores como la frecuencia de uso. Para llevar a cabo esta investigación, es esencial utilizar técnicas estadísticas y recopilar información tanto de fuentes primarias como secundarias de manera cuantitativa.

La demanda representa la cantidad de bienes o servicios que una comunidad, ya sea local, regional, nacional o internacional, está dispuesta a adquirir para satisfacer una necesidad o deseo específico a un precio determinado. Para estimar la demanda es importante utilizar información estadística y complementarla con los resultados de la investigación de campo realizada en el proyecto. (Méndez, 2016)

Es esencial comprender las necesidades y deseos de los clientes para formular estrategias comerciales efectivas. Esto ayuda a enfocar los esfuerzos hacia el segmento de mercado objetivo y minimiza el riesgo de fracaso del proyecto. Para lograr esto, es necesario utilizar técnicas apropiadas para recopilar información sobre las preferencias de consumo de los clientes.

2.2.2.2. Análisis de la oferta

La oferta se refiere a la cantidad de productos o servicios que los vendedores o productores están dispuestos a poner en el mercado. Estudiar la oferta es crucial para el éxito en el mercado, ya que factores como el precio, la calidad, la cantidad disponible, la ubicación y la existencia de productos sustitutos pueden afectar la demanda. Según algunos autores, la oferta se define como:

La oferta comprende la cantidad, ubicación, precio, calidad y estrategias de los competidores y productos sustitutos relacionados con el proyecto de inversión. Al analizar la oferta, se puede determinar el nivel de competencia y evitar ingresar a mercados con precios demasiado bajos debido a una alta saturación. (Carrillo et al., 2019, p. 45)

La oferta representa la cantidad de productos o servicios que los productores están dispuestos y capaces de ofrecer en el mercado a diferentes precios en un período de tiempo determinado. La ley de la oferta establece que hay una relación directa entre los precios y las cantidades ofrecidas. Para predecir la oferta futura, se deben considerar los factores que pueden influir en la participación del proyecto en el mercado y proporcionar una evaluación de la evolución de la oferta actual. (Viñán et al., 2018, p. 25)

El estudio de la oferta es crucial porque permite a la empresa mejorar sus productos y ofrecerlos con características superiores a las de la competencia, a precios atractivos para los consumidores. De esta forma, aumenta las posibilidades de venta y la empresa puede aprovechar una mayor demanda en el mercado.

2.2.2.3. La demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se refiere a la cantidad de demanda que no puede ser satisfecha por la oferta actual. Esto puede deberse a la falta de capacidad de producción, la ignorancia por parte de los ofertantes de ciertos segmentos de mercado, entre otros factores. Descubrir que un producto o servicio tiene una demanda insatisfecha es una oportunidad para ingresar al mercado y aprovecharla. La fórmula para calcular la demanda insatisfecha es:

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

“La demanda potencial insatisfecha solo se produce cuando la demanda supera la oferta. En ese caso, se justifica que una nueva unidad de producción o servicio pueda ingresar al mercado y tener una oportunidad de éxito.” (Esparza, 2018, p. 27)

La demanda insatisfecha surge cuando el mercado no satisface las necesidades o requerimientos de la demanda con los productos disponibles. En estos casos, es necesario calcular la magnitud de esta demanda para determinar la cantidad de producción requerida para satisfacer al mercado.(DIARIO DEL EXPORTADOR, 2020)

De acuerdo con los autores, se destaca la importancia de identificar la demanda insatisfecha antes de lanzar un producto al mercado. Esta es la segmentación más probable de consumidores que adquirirán el producto y proporciona información valiosa para evitar la sobreproducción o la producción insuficiente, lo que puede resultar en pérdidas económicas. Con información precisa, se pueden tomar decisiones acertadas, lo que se reflejará en la eficacia y rentabilidad de la empresa.

2.2.2.4. Determinación y análisis de precios

La determinación del precio es un factor clave para el éxito de la empresa, porque mediante el precio la empresa determina su margen de utilidad, y los consumidores determinan su decisión de comprar o no el producto, teniendo así en ciertos casos una demanda elástica, en donde si el precio varía, la preferencia de consumo decide cambiar y acuden a competidores o adquieren productos sustitutos. En este contexto se presenta el concepto planteado por algunos autores:

El precio puede influir en los volúmenes de bienes consumidos. En el presupuesto familiar, se asigna un monto específico para la demanda de un bien determinado. Si el precio cambia, también puede haber un cambio en los volúmenes demandados. Para medir este impacto, se utiliza la técnica conocida como elasticidad precio-demanda.(Araujo, 2012, p. 38)

2.2.3. La empresa o unidad ejecutora

Existen diferentes denominaciones a este estudio, existen otros autores que definen la unidad ejecutora como estudio administrativo; en donde se definen conceptos que aportan para que la organización lleve a cabo la organización el proyecto. Carrillo indica la importancia del porqué la unidad ejecutora debe estar en el proyecto de inversión: “Cada proyecto requiere una planificación adecuada de su estructura, la identificación de sus niveles, la definición de las

funciones de sus colaboradores y la formulación de la visión, misión y valores organizacionales para crear una cultura competitiva.”(Carrillo et al., 2019)

2.2.3.1. Misión.

“La misión es la declaración de los objetivos y metas concretos y reales de una empresa. Refleja la razón de ser de la empresa, sus propósitos, objetivos y, especialmente, el valor que brinda a sus clientes.”(Frederick, 2018a)

2.2.3.2. Visión.

La aspiración a futuro de una empresa se define como su visión. Esta representa la meta o el objetivo que la organización desea alcanzar en un plazo posterior al presente. La visión actúa como fuente de inspiración y motivación, ya que proporciona un marco de referencia y dirección. Su propósito es responder preguntas fundamentales, como, por ejemplo: ¿cuál es nuestra dirección? ¿qué deseamos lograr? y ¿cuáles son nuestros valores?.(Frederick, 2018b)

2.2.3.3. Políticas y Valores

“Los principios son los aspectos en los que la empresa no está dispuesta a comprometerse, como la ética y la honestidad. Los valores de la organización son sus atributos y virtudes más valorados, como la transparencia, el respeto a la diversidad, la cultura de la calidad y el cuidado del medio ambiente.”(Solano, 2022, p. 14)

2.2.3.4. La estructura organizacional

La estructura organizacional es importante en una empresa porque mediante esto se asignan las funciones y responsabilidades que cumple cada integrante del equipo empresarial, con la finalidad de alcanzar los objetivos empresariales.

“La planificación y la intencionalidad en la asignación de roles y la definición de líneas de autoridad, subordinación y coordinación son esenciales en la distribución de funciones de un proyecto empresarial. Esta coordinación efectiva de esfuerzos entre diferentes áreas de la empresa resulta fundamental para el éxito del proyecto.”(Carrillo et al., 2019, p. 91)

Nivel directivo: “El nivel directivo tiene responsabilidades superiores, tales como la presidencia, la gerencia general, la rectoría y la representación legal del proyecto.”(Carrillo et al., 2019, p. 91), el nivel directivo comprende esencialmente a las funciones de dirección general.

Nivel asesor: “El nivel asesor es de apoyo, es responsable de aspectos legales, fiscales y otros. A menudo se encuentran en la secretaría o pueden ser parte de los niveles directivos.”(Carrillo et al., 2019, p. 91), en este apartado se agrupan todos los colaboradores que se encargan de asistir, aconsejar, asesorar a la gerencia o a otros departamentos que necesiten de asesoría, sea interna o externa.

Nivel administrativo: “El nivel administrativo se enfoca en la eficiencia de la organización, se asegura de cumplir con los objetivos planificados y monitorea el desempeño empresarial.”(Carrillo et al., 2019, p. 92), en este apartado incluye al personal que se encarga de la supervisión, revisión de las operaciones del negocio, incluyen varias áreas, como son: contabilidad, gestión, marketing, finanzas.

Nivel operativo: “El nivel operativo está compuesto por los puestos de trabajo que tienen un contacto directo con los clientes, es decir, las personas que están en el centro de los procesos de la empresa.”(Carrillo et al., 2019, p. 92). Corresponde al personal el cual tiene tareas puntuales asignadas y se encargan de trabajar en áreas puntuales de la empresa, en dónde se tiene un contacto directo con los clientes

Organigramas

Un organigrama es la representación gráfica, representa la estructura de la organización, sirviendo como un medio de comunicación, sirve para reconocer falencias en los niveles de mandos, y fallas de control interno, de esta manera reflejando una realidad organizativa de la empresa para evitar la duplicidad de funciones, así mejorando la operatividad de la empresa.

Chuindia plantea el siguiente concepto de organigrama:

“Un organigrama muestra la estructura fundamental de una organización, permitiendo entender de forma clara sus componentes y la relación entre ellos. Estos diagramas reflejan la realidad de la estructura de la empresa, incluyendo sus unidades administrativas y las relaciones de dependencia que existen entre ella.”(Chuindia, 2022, p. 6)

Organigrama Estructural

El organigrama estructural es la representación gráfica de la estructura de la empresa u organización, en este contexto algunos autores definen de la siguiente manera: “El organigrama estructural es una representación gráfica de la empresa u organización, que destaca los niveles jerárquicos y funcionales. Se suele comenzar por los niveles superiores y se dividen en bloques según sus funciones u otros criterios.”(Chuindia, 2022, p. 6)

“Con un organigrama estructural, es posible comprender de manera clara y visual la estructura de la organización.”(Carrillo et al., 2019, p. 93)

Mediante esta representación gráfica que mencionan los autores, la empresa identifica de manera clara la distribución de los diferentes niveles jerárquicos del personal, departamentos y diferentes líneas de manda para que se coordinen y trabajar en equipo con eficacia y eficiencia.

Organigrama funcional

En el organigrama estructural se encuentra las principales funciones de cada cargo, similar al organigrama estructural, con la diferencia de que se añade las funciones que realiza cada personal. En este contexto algunos autores mencionan lo siguiente:

El organigrama funcional agrupa a las personas que realizan actividades relacionadas en un departamento. Este tipo de organigrama muestra las relaciones entre las unidades, y específicamente destaca las funciones clave de cada departamento. Con un organigrama funcional, es posible entender cómo se distribuyen las tareas y responsabilidades en una organización. (Chuindia, 2022, p. 7)

2.2.4. Estudio técnico

Luego de realizar el estudio de mercado e identificar la demanda insatisfecha que se debe cubrir mediante la producción de bienes o servicios, se debe realizar un estudio técnico para definir y aprovechar la oportunidad de producir y vender en ese mercado insatisfecho mediante el funcionamiento del proyecto de inversión. Se busca fabricar la cantidad de productos que requiere el mercado mediante una planta de producción. Para esto se debe cuantificar los diferentes activos que se van a necesitar para producir, las instalaciones, dimensiones y la ubicación física de la planta de fabricación, en este contexto se presenta definiciones de autores:

En esta fase, se determinan las características de los activos fijos necesarios para la producción de un bien o servicio. Se incluyen la definición de la materia prima y los insumos requeridos para fabricar el producto y poner en marcha la fábrica. Además, se realiza un estudio técnico para encontrar la mejor ubicación de las instalaciones, buscando un sitio que ofrezca las características adecuadas para garantizar un proceso de producción eficiente. (Morales y Morales, 2009, p. 84)

2.2.4.1. Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto se da en función de la demanda insatisfecha esta pretende determinar el volumen de producción de la empresa para cubrir con la cantidad demandada de la población.

Según Rodríguez, (2018) el tamaño del proyecto es:

Es la capacidad de producción que puede lograr un proyecto en un período específico. El tamaño es importante porque afecta la estimación de la rentabilidad del proyecto y las estimaciones de ventas después de su implementación. Un tamaño adecuado puede garantizar una rentabilidad óptima y una estimación precisa de las ventas.

Para flores existen 3 tipos de capacidad del proyecto

Capacidad diseñada

La capacidad diseñada es el nivel máximo de producción que los equipos pueden alcanzar. Sin embargo, es poco común que una empresa opere a este nivel debido a que puede haber limitaciones técnicas o de coordinación entre las diferentes máquinas que intervienen en el proceso productivo. Es posible que algunas máquinas tengan una capacidad de aporte mayor al proceso productivo que otras, lo que dificulta la unificación de la capacidad de producción máxima diseñada.(Flores, 2010, p. 12)

Capacidad instalada

La capacidad máxima disponible de producción continua es la cantidad máxima de producción que una empresa puede alcanzar permanentemente. Esto se logra a través de un proceso de armonización de todos los equipos y una estimación generalmente realizada en un turno de trabajo de ocho horas, donde se llega a una conclusión sobre la cantidad máxima que se puede producir en ese tiempo.(Flores, 2010, p. 12)

Capacidad utilizada

La capacidad utilizada se refiere a la fracción de capacidad instalada que se encuentra en uso, medida en porcentaje. Es recomendable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90%, ya que en condiciones normales no podrán atender pedidos extraordinarios sin alterar significativamente su estructura de costos, especialmente debido a la participación de los costos fijos. No obstante, si la empresa utiliza el proceso de maquila, que implica contratar parte de la producción con otras personas o empresas, puede solucionar parcialmente el problema de capacidad instalada.(Flores, 2010, p. 13)

2.2.4.2. Localización del proyecto.

Para que la empresa pueda vender una mayor cantidad de productos, es importante estudiar de manera correcta la localización, determinando así las ventajas y desventajas de escoger un sitio

determinado, de esta manera buscando un lugar mejor frente a otras alternativas que generen beneficio a la empresa y a los consumidores.

En referencia a la localización del proyecto Flores menciona que:

La investigación de ubicación consiste en la determinación de áreas geográficas, que se extienden desde una perspectiva general denominada macro localización, hasta la identificación de una zona urbana o rural más específica conocida como micro localización, con el fin de establecer la ubicación precisa del proyecto.(Flores, 2006, p. 56)

2.2.4.3. Proceso de producción.

El proceso de producción en una empresa es un factor crítico porque es en el punto en dónde se realiza el producto y se produce el costo de producción, en este apartado es importante realizar una producción limpia, libre de residuos, priorizando la reducción de costos, la calidad del producto, la mejora continua del producto y de los procesos, también se determina de manera gráfica o escrita los diferentes pasos a seguir para fabricar el producto, de esta manera logrando una estandarización y reduciendo cuellos de botella que reducen la eficiencia del personal. En este contexto se presenta definiciones realizados por varios autores:

Para llevar a cabo el proceso de producción, es esencial contar con los conocimientos necesarios para llevar a cabo la fabricación del producto a través de una serie de pasos y operaciones. Para ello, es fundamental realizar un análisis exhaustivo de la tecnología disponible y de las herramientas y equipos con los que se cuenta en las instalaciones (Rodríguez, 2018, p. 65)

Para (Córdova, 2011, p. 46) existen varias herramientas para representar el proceso de producción:

Diagrama de Bloques: *Cada paso individual en el procesamiento de los insumos se representa en un rectángulo y se coloca en una secuencia continua para que se conecte con el paso anterior. Las flechas se utilizan para indicar la secuencia de las operaciones unitarias*

Diagrama de Flujo. *Usa una simbología que se acepta de manera internacional para representar las diferentes operaciones del proceso productivo.*

Mediante esta representación se define de manera clara y ordenada los diferentes procesos para la producción del bien o servicio, identificando tiempos de espera, actividades,

transporte, y de esta manera generando un respaldo de las actividades que se realiza para verificar su cumplimiento, y en el caso de personal nuevo pueda obtener una orientación del trabajo que debe realizar.

2.2.4.4. Distribución de plata

Para que una empresa reduzca los costos es importante tener un espacio de trabajo bien ordenado, de manera que sea propicio para la eficiencia y eficacia de los trabajadores. En este contexto se presenta la definición del autor Rodríguez que menciona la definición de distribución de planta:

La finalidad de la distribución de planta es lograr unas condiciones de trabajo seguras y económicamente óptimas, asegurando la comodidad y el bienestar de los trabajadores, al mismo tiempo que se persigue el cumplimiento de los objetivos y principios fundamentales de la distribución, como la integración total, la minimización de las distancias de recorrido, la utilización eficiente del espacio disponible, la seguridad y el bienestar del trabajador, y la flexibilidad. (Rodríguez, 2018, p. 66)

2.2.5. Estudio Financiero

El estudio financiero es importante porque en este apartado se detalla de manera clara y precisa las inversiones que se van a realizar para que la empresa pueda funcionar, estas inversiones comprenden activos fijos, inversiones diferidas, dinero para capital de trabajo, financiamiento del proyecto y los costos, gastos de operación y producción.

En referencia al estudio financiero (Flóres, 2010, p. 79) menciona que:

En el análisis financiero de un proyecto empresarial, es esencial evaluar diversas variables con el objetivo de seleccionar la opción más conveniente. Entre estas variables se incluyen el análisis minucioso de las inversiones requeridas para llevar a cabo el proyecto, los ingresos estimados que se generarán, los costos de producción, los gastos de operación y financiamiento, y otros factores relevantes.

2.2.5.1. Presupuesto de inversiones

Presupuesto

El presupuesto es una previsión de los posibles ingresos y egresos que va a tener la empresa, de tal manera que la empresa prevea los posibles escenarios y asigne recursos para que la empresa no tenga problemas por carencia de recursos, de esta forma se garantiza el cumplimiento de la producción y funcionamiento de la empresa.

Carrillo define a presupuesto como:

Una proyección de presupuesto es una estimación de los ingresos y gastos esperados en un periodo determinado y es una herramienta financiera fundamental para determinar la rentabilidad de un proyecto. Una correcta estructuración de los presupuestos permite una gestión eficiente de los recursos y ayuda a tomar decisiones informadas, como la identificación de gastos innecesarios, optimización de recursos y búsqueda de nuevas fuentes de ingresos. Además, permite el cálculo de la capacidad de ahorro y endeudamiento, lo que contribuye a la estabilidad financiera del proyecto a largo plazo.(Carrillo et al., 2019, p. 106)

Es la estructuración del presupuesto para la adquisición de bienes requeridos para que el proyecto pueda operar, se calcula el monto de efectivo que deben aportar los accionistas mediante capital propio o financiamiento

Suárez define la importancia de realizar presupuesto al momento de implementar un proyecto de inversión:

La implementación de un proyecto requiere la utilización de diversos recursos que deben ser identificados de manera detallada, ya que esto es fundamental para evitar problemas durante la implementación. Es esencial que aquellos que promuevan una inversión tengan un conocimiento profundo del proyecto o que se informen adecuadamente sobre el tema para asegurar una implementación exitosa. La identificación correcta de los recursos necesarios también permite una planificación adecuada de la ejecución del proyecto y una asignación eficiente de los recursos disponibles. (Suárez, 2019, p. 94)

2.2.5.2. Activos Fijos

Activos fijos corresponde a los diferentes bienes tangibles necesarios para la producción de bien o servicio, estos deben cuantificarse para conocer la cantidad exacta de dinero que se necesita para adquirir, y que la empresa pueda producir una cantidad de bienes razonable para la demanda insatisfecha.

Haciendo referencia a los activos fijos (Carrillo et al., 2019, p. 106) menciona que:

Los activos fijos son aquellos bienes tangibles de propiedad del contribuyente que se usan para producir bienes o servicios y se espera que duren más de un periodo fiscal completo. Entre ellos se incluyen inmuebles como terrenos, edificios, oficinas y construcciones, vehículos como autos, camionetas y otros tipos de transporte, instalaciones y maquinarias, y equipos de cómputo, entre otros. Es importante tener en cuenta que estos activos fijos deben ser depreciados o amortizados en el tiempo, para reflejar su disminución de valor debido al desgaste y obsolescencia.

2.2.5.3. Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor de un bien, por consecuencia del desgaste con el paso del tiempo.

En este contexto (Carrillo et al., 2019, p. 107) menciona que:

La depreciación es la pérdida de valor de un bien en un tiempo determinado

Para que el gasto sea deducible no podrá superar lo siguiente.

Inmuebles 5% anual

Instalaciones, maquinaria, equipo 10% anual

Vehículos 20% anual

Equipos de cómputo 33% anual

2.2.5.4. Amortizaciones

Según (LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, LRTI, 2018, p. 25) menciona que las amortizaciones corresponden a:

La amortización de los valores que se registren como activos y que requieran ser amortizados en más de un ejercicio fiscal será deducible, siempre y cuando sean necesarios para los fines del negocio o actividad según lo establecido en el Reglamento.

En relación a los activos intangibles, se permite su amortización de acuerdo con la técnica contable y los plazos establecidos en los contratos correspondientes, con un límite de veinte (20) años. Cabe destacar que no será deducible el deterioro de los activos intangibles que tengan una vida útil indefinida

2.2.5.5. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de dinero que se requiere para iniciar con el proceso de producción y ejecución del proyecto, este dinero debe calcularse de acuerdo con el giro del negocio y el periodo de recuperación de la inversión, el dinero se usa para gastos corrientes, es decir gastos que se necesitan usar al momento de iniciar el proyecto.

En definición al capital de trabajo los autores plantean lo siguiente:

El capital de trabajo es fundamental para asegurar la liquidez necesaria para llevar a cabo las operaciones de un proyecto. Se obtiene mediante la resta del activo corriente y el pasivo corriente, y se estima para un periodo de tres meses, cubriendo gastos como la mano de obra, materia prima y gastos administrativos. Es importante destacar que el capital de trabajo forma parte de la inversión inicial y es crucial para que la empresa pueda comenzar a operar de manera eficiente. (Salvador et al., 2017)

2.2.5.6. Presupuesto de ingresos

Los ingresos de una empresa se ven determinados por las ventas que se realizan, y para realizar un pronóstico de las ventas se utiliza el estudio de mercado para determinar un pronóstico de las posibles ventas.

A continuación, la definición de acuerdo con varios autores.

La evaluación de los ingresos de un proyecto es un proceso clave que depende de varios factores, incluyendo la capacidad de producción de la unidad productora y un análisis exhaustivo del mercado objetivo. A través de este análisis, se puede determinar la cantidad de productos que pueden ser colocados en el mercado, así como los precios que los consumidores estarán dispuestos a pagar por ellos.(Pimentel, 2008, p. 153)

“Un presupuesto de ingresos se enfoca en proyectar las ventas de la empresa durante un período determinado. Esto permite a la empresa planificar sus operaciones y recursos necesarios para cumplir con las ventas proyectadas, y así poder obtener ingresos esperados.” (Carrillo et al., 2019, p. 109)

Se utiliza información obtenidos en el estudio de mercado, en donde establece el porcentaje de participación esperado para cada producto; respecto del total de ventas proyectadas, y luego estos datos se traducen a cifras para realizar la proyección de ventas.

2.2.5.7. Presupuestos de egresos

Se refiere a la cuantificación de los valores de los materiales, mano de obra directa, y demás costos indirectos que cada producto utiliza para ser producido.

El presupuesto de egresos es una herramienta financiera que contempla los gastos necesarios para llevar a cabo un proyecto o actividad. Este presupuesto se compone de los costos directos e indirectos que se estiman para la producción o prestación de un bien o servicio, así como también los gastos de operación y financiamiento necesarios para el funcionamiento del proyecto en cuestión.(Pimentel, 2008, p. 157)

Por tanto, el presupuesto de egresos es muy importante porque permite evaluar y cuantificar cada uno de los gastos que la empresa va a tener, determinando de esta manera de manera clara y precisa los diferentes escenarios futuros, esta información es útil para formular el estado de resultados y determinar los flujos de caja futuros. Estos egresos se dividen en:

Costos de producción

“Al diseñar la estructura de los costos de producción, es importante considerar los costos de fabricación que están directamente relacionados con la producción del bien o servicio. Además,

es necesario incluir los gastos operativos que se derivan de la administración y venta, así como los gastos financieros asociados a los créditos adquiridos.” (Flóres, 2010, p. 83)

Costos Directos

“Se refieren a los materiales y suministros que se emplean directamente en la fabricación de un producto o que son parte integral del mismo.”(Carrillo et al., 2019, p. 112)

Mano de obra directa

“Representa el personal que se encarga de realizar las actividades productivas o de prestar el servicio, es decir, aquellos trabajadores que intervienen directamente en la producción de bienes o servicios y que son necesarios para el funcionamiento del negocio.” (Carrillo et al., 2019, p. 112)

Costos indirectos

Son los materiales o insumos que intervienen de manera indirecta, es decir no son parte importante del bien producido sin embargo cumplen su función, su uso y valor.

Los costos indirectos, también conocidos como costos de producción indirectos, son aquellos que no están directamente relacionados con la producción de un bien o servicio. Incluyen los materiales indirectos, como combustibles, lubricantes, papelería y equipos de seguridad industrial, y la mano de obra indirecta, como el gerente técnico o de producción, los jefes de departamento, el personal de laboratorio y el personal de servicios. Además, se incluyen las prestaciones correspondientes a la mano de obra indirecta.(Flóres, 2010, p. 83)

2.2.5.8. Presupuestos de gastos

Los gastos son las deducciones de dinero, exclusivamente para gastos que no corresponden al proceso de producción de la empresa, es decir gastos de ventas, gastos administrativos, gastos financieros.

“Los presupuestos de gastos se refieren a proyecciones técnicas detalladas que se centran en los costos asociados con el personal administrativo, los gastos de ventas y los costos financieros.” (Herrscher, 2013, p.24)

Gastos administrativos

Son las salidas de efectivo para cubrir pago de salarios del personal administrativo, incluyendo niveles directivos y de apoyo.

“Los gastos de administración u operacionales son aquellos que la empresa necesita cubrir para mantener su operatividad, como por ejemplo los costos de recursos humanos, suministros, servicios públicos, entre otros, que no están directamente relacionados con el proceso de producción.” (Gonzales, 2022, p. 103)

Gastos Financieros

Son las estimaciones que se usan para cubrir el pago de las cuotas de crédito o compromisos financieros adquiridos.

“La financiación es esencial para seleccionar una entidad que provea el crédito necesario para financiar la inversión, definiendo la cantidad y los plazos de pago de manera que la empresa pueda llevar a cabo sus actividades productivas y alcanzar sus objetivos.” (Salvador et al. 2017, p. 94)

Gastos de ventas

Los gastos de ventas corresponden a los gastos que se generan exclusivamente para la venta de los productos, estos gastos corresponden a publicidad, volantes, persona de ventas, estrategias de posicionamiento de marca, entre otros. A continuación, las definiciones por autores:

“Los gastos proyectados en la promoción y publicidad del proyecto incluyen los costos relacionados con la difusión del mismo, tales como la publicidad en medios de comunicación” (Carrillo et al, 2019, p. 105)

“Los costos relacionados con el marketing son gastos esenciales para promover el producto o servicio, y entre ellos se encuentran la publicidad, la investigación de mercado, y otros.” (Salvador et al. 2017, p. 95)

2.2.5.9. Flujo financiero operacional

Flujo de efectivo

El flujo de efectivo es la cantidad de ingresos que va a tener la empresa luego de descontar todos los gastos, es decir es la cantidad de ingresos netos que la empresa va a tener lo que permite calcular el periodo de recuperación de la inversión, el Valor actual neto, y la Tasa interna de retorno, de esta manera permitiendo evaluar el proyecto.

A continuación, se presenta las definiciones en referencia al flujo de efectivo planteado por algunos autores.

El contraste de los ingresos y egresos esperados en un proyecto de inversión en un tiempo determinado es esencial para evaluar su viabilidad. La proyección del flujo de efectivo se realiza mediante una matriz que muestra cada etapa de la inversión desde el

año cero y se proyecta generalmente durante un período de 5 años, aunque también puede estructurarse para períodos más cortos.(Suárez, 2019, p. 99)

“El flujo de caja o efectivo representa la cantidad de dinero disponible en efectivo que una empresa tendrá después de haber realizado todas sus operaciones y transacciones de ingresos y egresos en un período determinado.” (Carrillo et al, 2019)

2.2.6. Evaluación de Proyectos

2.2.6.1. ¿Qué son los indicadores?

“En el contexto de los proyectos, los indicadores son fundamentales para evaluar el avance y cumplimiento de los objetivos establecidos en el plan de negocios, y para identificar las áreas en las que se requiere mejorar o tomar medidas correctivas” (Córdova, 2011, p. 87)

Los indicadores financieros que se recurren para determinar la factibilidad del proyecto son:

- Rentabilidad
- Valor actual neto
- Tasa Interna de retorno
- Periodo de retorno de la inversión

2.2.6.2. Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad son herramientas importantes para medir el éxito financiero de un negocio o proyecto de inversión. Estos indicadores permiten evaluar la efectividad del proyecto en la generación de beneficios, y ayudan a controlar la relación entre los costos y los ingresos para garantizar la rentabilidad de la inversión. Los indicadores de rentabilidad también son útiles para tomar decisiones estratégicas, como la asignación de recursos o la expansión del negocio, y para comparar el rendimiento financiero de diferentes proyectos o inversiones.

“Los indicadores de rentabilidad en un negocio son esenciales para medir la efectividad del proyecto en la generación de ganancias, y permiten evaluar el equilibrio entre los costos y los beneficios para asegurar el retorno de la inversión.”(Rodríguez, 2018, p. 187)

2.2.6.3. Valor Actual Neto

El análisis del VAN es una herramienta muy útil para la evaluación de proyectos de inversión, ya que permite estimar el valor presente de los flujos de caja generados por el proyecto. Además, el uso de la tasa de descuento en el cálculo del VAN hace que sea posible comparar la rentabilidad del proyecto con otras alternativas de inversión y tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos.

El VAN mide el excedente que se genera una vez se ha obtenido la rentabilidad deseada o exigida, y después de haber recuperado toda la inversión realizada en el proyecto. Es una herramienta clave para determinar la viabilidad y rentabilidad de una inversión, ya que permite calcular el valor presente de los flujos de caja futuros esperados, descontando el costo de oportunidad de los fondos utilizados en la inversión.(Sapag, 2010, p. 121)

VAN > 0; entonces el proyecto es factible

VAN = 0 el proyecto se ubica en una condición de rentabilidad

VAN < 0 El proyecto es inviable puesto que generará pérdidas.

2.2.6.4. La Tasa Interna De Rentabilidad

La tasa interna de retorno (TIR) como un indicador financiero que mide la rentabilidad de un proyecto en términos porcentuales. Este indicador es importante porque permite determinar la tasa de rendimiento esperada a lo largo del tiempo con la inversión realizada en el proyecto y compararla con la tasa de rentabilidad mínima exigida. Si la TIR es mayor que la tasa de rentabilidad mínima exigida, entonces el proyecto es viable y puede ser aceptado. De lo contrario, el proyecto debe ser rechazado. Es importante destacar que la TIR no considera el tamaño absoluto del proyecto, lo que puede ser una limitación en algunos casos.

La tasa interna de retorno es un indicador financiero que mide la rentabilidad de un proyecto en términos porcentuales. Se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto de los flujos de efectivo del proyecto sea igual a cero. En otras palabras, es la tasa de rendimiento que se espera obtener a lo largo del tiempo con la inversión realizada en el proyecto, y que debe ser comparada con la tasa de rentabilidad mínima exigida para determinar si el proyecto es viable o no.(Viñán et al., 2018, p. 86)

2.2.6.5. La relación beneficio / costo

la herramienta financiera no solo se enfoca en los costos y beneficios financieros, sino que también puede tener en cuenta otros factores importantes como el impacto ambiental o social.

Es una herramienta financiera que compara los costos y beneficios asociados a un proyecto o inversión para determinar su rentabilidad. Se utiliza para evaluar si un proyecto o inversión generará un retorno financiero positivo y para identificar los beneficios y costos que no se reflejan en términos financieros, como el impacto ambiental o social.(Landázuri, 2014)

2.2.6.6. El periodo de recuperación de la inversión.

El Periodo de Recuperación es un criterio de evaluación financiera que proporciona información valiosa sobre el tiempo necesario para recuperar el capital invertido en un proyecto. Esta herramienta permite a los evaluadores y gerentes de proyectos tener una idea clara del momento en que el proyecto comenzará a generar ganancias, lo que puede ser útil para la toma de decisiones a corto y largo plazo.

El Periodo de Recuperación es un método comúnmente utilizado para evaluar proyectos de inversión y tiene como objetivo medir el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial, incluyendo el costo de capital. Esto permite evaluar la rentabilidad en términos de tiempo y se interpreta como el lapso requerido para que el proyecto recupere el capital invertido.(Viñán et al., 2018, p. 89)

2.2.6.7. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta crítica en la evaluación de proyectos, ya que permite a la empresa explorar diferentes escenarios posibles y entender cómo los cambios en las variables clave afectarán los resultados del proyecto. Al comprender mejor las limitaciones y alcances del proyecto, la empresa puede tomar decisiones informadas y mitigar los riesgos potenciales asociados con el proyecto.

El análisis de sensibilidad es una herramienta importante en la evaluación de proyectos ya que permite medir el impacto de cambios en las variables clave del modelo financiero en los resultados del proyecto. Esto ayuda a la empresa a predecir diferentes escenarios posibles y comprender las limitaciones y alcances del proyecto. También puede ayudar a identificar los riesgos potenciales asociados con el proyecto y permitir a la empresa tomar medidas para mitigarlos.(Méndez, 2016, p. 97)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

3.1.1. *Enfoque Mixto*

El proyecto de inversión para la empresa "Polleras VIP" utilizará un enfoque mixto que combina tanto la investigación cuantitativa como cualitativa.

3.1.2. *Cuantitativo*

Según Hernández menciona que el enfoque cuantitativo es:

El enfoque cuantitativo es aquel que se basa en la recolección de datos a través de técnicas cuantitativas, como encuestas, cuestionarios y análisis estadísticos, con el fin de medir y cuantificar fenómenos y relaciones. Este enfoque busca probar hipótesis a través de la medición numérica y el análisis estadístico de los datos recolectados.(Hernández, 2014, p. 6)

El enfoque cuantitativo permitió recolectar información sobre diversos aspectos del proyecto, como: la demanda, oferta de precios, estrategias de promoción, etc.

3.1.3. *Cualitativo*

Hernández menciona que el enfoque cualitativo permite:

El enfoque cualitativo se enfoca en explorar y comprender las experiencias, opiniones, percepciones y significados subjetivos de los participantes. En este enfoque, los datos se recolectan a través de técnicas como entrevistas, observación participante y análisis de documentos, y se analizan de manera interpretativa para identificar patrones y temáticas relevantes.(Hernández, 2014, p. 7)

Utilizando el enfoque cualitativo y a través de una entrevista, se exploró la percepción del propietario de la empresa acerca del futuro del negocio. La información obtenida se utilizó para establecer la visión de la empresa "Polleras VIP" y, en consecuencia, enfocar el proyecto en la consecución de dicha visión. De esta forma, se determinó el enfoque del proyecto, las inversiones que se necesitan, y un correcto estudio técnico, para obtener los resultados esperados por el propietario del negocio.

3.2. Nivel de Investigación

Descriptiva

Según (Cortés y Iglesias, 2004, p. 20),

Los estudios descriptivos tienen como objetivo identificar y definir las propiedades, características y perfiles relevantes de individuos, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se esté analizando. Estos estudios recopilan datos sobre diversos aspectos y realizan mediciones para obtener información detallada sobre situaciones, eventos o hechos en particular. En resumen, buscan especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se esté estudiando.

El nivel de investigación utilizado es descriptivo, porque se realizó el análisis de la información de campo obtenida en las encuestas mediante el programa Excel, se determinó la oferta y demanda del producto (Polleras), el nivel de precios que la gente percibe, y el factor que influye en la decisión de compra de los encuestados.

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. Según la manipulación o no de la variable independiente

Para (Cortés & Iglesias, 2004, p. 27), en relación al tema indicado

La investigación no experimental se enfoca en observar los fenómenos sin manipular intencionalmente las variables a estudiar. En lugar de crear una situación artificial, este tipo de investigación se basa en la observación de fenómenos tal y como ocurren en su contexto natural y luego analizarlos. En resumen, en un estudio no experimental se observan situaciones ya existentes y se analizan sin intervenir en ellas.

La investigación fue no experimental porque no se manipularon la variable, se investigó la demanda, precios, análisis de estrategias para realizar marketing tal y como de dan en su contexto actual para después realizar el análisis.

3.3.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo

Investigación transversal

Según (Cortés & Iglesias, 2004, p. 27), se define a la investigación transversal como la:

La recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único, se realiza con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento específico. Este tipo de investigación se asemeja a tomar una fotografía de un problema en un momento dado y puede ser de dos tipos: descriptiva o de correlación, dependiendo del problema en estudio.

Se realizó un diseño de la investigación transversal mediante encuestas en un momento y tiempo único en la ciudad de Alausí, a la población indígena, 100% correspondiente a mujeres.

3.4. Tipo de estudio

(Hernández, 2014, p. 370) define a la investigación de campo como:

La recopilación de datos nuevos a través de fuentes primarias para un propósito específico se refiere a un método de recolección de datos cualitativos que busca comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural. Este método se conoce comúnmente como "estar en el campo", lo que significa estar presente en el lugar donde ocurren los hechos y participar en la vida cotidiana de las personas que se están estudiando.

La investigación es de campo, puesto que se encuestó a las personas en Alausí, y comunidades aledañas, y también realizó la observación directa a los negocios que ofertan el producto, para determinar la capacidad de producción que tienen esas empresas.

4.1. Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

4.1.1. Población y Planificación

Según el Fascículo provincial de Chimborazo de los resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador se obtuvo la siguiente información acerca de la población del Cantón Alausí.

La población total del cantón Alausí es de 44 089 en dónde para el estudio se necesitan únicamente mujeres. La cantidad de mujeres es de 22,901, sin embargo, para la presente investigación se toma únicamente a mujeres de Población Económicamente Activa (PEA), que cuenten con los recursos económicos para adquirir las Polleras y estas corresponden a 8581 personas. De esta población se segmenta únicamente a las personas indígenas lo que da una población final de 3261 mujeres indígenas del cantón Alausí y sus comunidades.

4.1.2. Selección y cálculo del tamaño de la muestra

Para la presente investigación se aplica la fórmula de CANAVOS de muestreo aleatorio no proporcional Simple para proporciones finitas en dónde se obtuvo lo siguiente.

Formula a aplicar:

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

En dónde:

n= tamaño de muestra buscado

N= Tamaño de la población o universo

Z= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

Fórmula para cálculo del tamaño de la muestra

e= Error estimado

p= probabilidad de que ocurra el evento estudiado(éxito)

q= (1-p) = probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Cálculo de la muestra:

Datos:

N=3.261

$Z_{\alpha}^2=1,96$ (Valor tomado de la tabla de nivel de confianza al 95%)

P=50,00%

Q=50,00%

E=5,00%

$$n = \frac{3261 * 1,96 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (3261 - 1) + 1,96 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 344$$

Tamaño de la muestra 344 personas encuestados.

Por medio de la fórmula se pudo encontrar el tamaño de la muestra para tener un nivel de confianza del 95%, mediante esto se realizó la encuesta a 344 personas del cantón Alausí y sus diferentes comunidades indígenas de forma presencial y mediante la aplicación de la herramienta Google Forms, para la tabulación de la información se realizó por medio de Microsoft Excel

4.2. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

4.2.1. Métodos de investigación

Método Deductivo

(Gómez, 2019, p. 91), enfatiza que “el método deductivo es un enfoque de razonamiento lógico que se mueve desde lo general hacia lo específico. Se basa en premisas generales y establece conclusiones específicas a partir de ellas mediante un proceso de deducción lógica.”

En el presente proyecto de investigación se utilizó el método deductivo para la elaboración y planteamiento del problema, partiendo de un problema en general a nivel del país, y generando conclusiones a nivel de la empresa la cual se está realizando el presente proyecto de investigación.

Método Inductivo

(Gómez, 2019, p. 92), define al método inductivo como: “el método inductivo se basa en la observación de resultados particulares y busca encontrar patrones o relaciones que permitan establecer generalizaciones y conclusiones más amplias. En otras palabras, el método inductivo va de lo específico a lo general.”

El método inductivo se utilizó para la elección, elaboración y aplicación de los instrumentos de investigación, y para la redacción de las conclusiones de la investigación.

4.2.2. Técnicas de investigación

Encuestas

“la encuesta es una técnica de recolección de datos que se utiliza para obtener información de un grupo de personas o una muestra definida acerca de un tema específico. Esta técnica se puede llevar a cabo de manera oral o escrita.”(Vázquez, 2022, p. 15)

La encuesta como técnica de investigación fue aplicado en el cantón Alausí a la población indígena, en donde la población estudiada fue la Población Económicamente Activa, por el poder adquisitivo que se necesita para adquirir las polleras.

Observación

“La observación es una técnica de recolección de datos que consiste en captar información a través de la vista, de manera directa y sistemática. Esta técnica se utiliza para recopilar información sobre el comportamiento, las acciones y las interacciones de las personas, objetos o situaciones.(Vázquez, 2022, p. 16)

La observación es una técnica de investigación indispensable en el presente proyecto de investigación puesto que mediante esta técnica se identificó la capacidad de producción de la oferta.

Entrevistas

(Vázquez, 2022, p. 21) menciona la siguiente definición de entrevista:

la entrevista es una técnica de investigación cualitativa que se basa en el diálogo o conversación entre el entrevistador y el entrevistado con el objetivo de obtener información detallada y rica sobre el tema de estudio. Existen dos tipos principales de entrevistas: la entrevista estructurada y la entrevista no estructurada. En la entrevista estructurada, el entrevistador sigue una guía preestablecida de preguntas y temas que se van a abordar, lo que permite una comparación sistemática de las respuestas de diferentes participantes.

La entrevista se utilizó para conocer la visión que tiene el propietario de la empresa sobre el futuro de la empresa y conocer las necesidades de inversión para el presente proyecto.

4.2.3. Instrumentos de investigación

Cuestionario

“El cuestionario es un instrumento estructurado que se utiliza para obtener información de los participantes en una investigación a través de preguntas cerradas, de opción múltiple y escalas. El objetivo es recopilar datos precisos y confiables sobre una o varias variables de interés.” (Gómez, 2019)

El instrumento que se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas bajo una escala de Likert, el objetivo del cuestionario es obtener información sobre el mercado, demanda, estrategias de promoción y precio.

Guía de Entrevista

“Este instrumento permite que el investigador lleve a cabo el proceso con mucho orden, con el fin de obtener la mayor información posible para la elaboración del proyecto de factibilidad.” (Gómez, 2019)

La guía de entrevista se utilizó para estructurar la entrevista para el propietario del negocio, se estructuró dos preguntas acerca de la visión de la empresa a futuro, y las necesidades de inversión que necesitaba el negocio. De esta manera la información obtenida fue muy específica y concreta.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de la encuesta realizada a la población de Alausí

1. ¿Cuál es su edad?

Tabla 1-4: Edad de ciudadanos del cantón Alausí.

Edad(años)	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
15-24	105	31%	68%
25 años a 34 años	129	38%	38%
35 años a 44 años	67	19%	88%
45 años a 54 años	36	10%	98%
Mas de 54	7	2%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

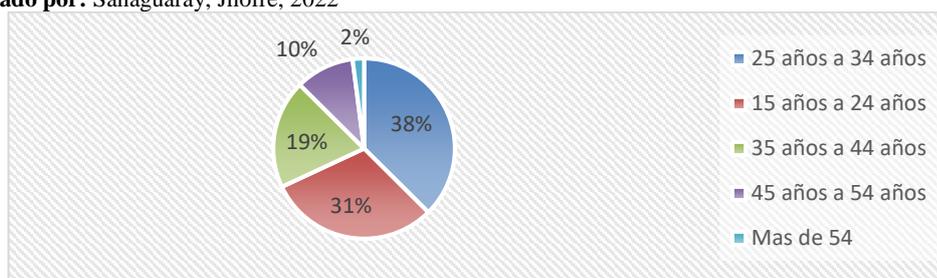


Ilustración 1-4: Edad de ciudadanos del cantón Alausí encuestados

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis

La edad es un aspecto importante en la encuesta y el proyecto para conocer al mercado que el proyecto se va a enfocar, de los datos obtenidos se desprende que el 38 % de la muestra pertenece a un grupo de 25 a 34 años, el 19 % pertenece al grupo de 35 a 44 años, y finalmente el menor porcentaje obtenido es del 2% de personas de más de 54 años.

Interpretación:

Por los resultados obtenidos se determina que la mayor cantidad de posible demanda es de edad joven de 25 a 34 por consecuencia el proyecto priorizará diseñar productos que se ajusten a este segmento observando sus gustos y preferencias, las mujeres de 35 a 44 años también tienen una excelente acogida al producto, y al ser una edad similar, se considerará diseñar productos similares, para la población mayor de 54 años, se va a fabricar productos únicamente bajo pedido por su baja demanda.

2. ¿Cuál es tu situación laboral actual?

Tabla 2-4: Situación laboral actual de ciudadanos del cantón Alausí.

Situación laboral actual	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Empleo de tiempo completo	139	40%	40%
Empleo de medio tiempo	101	29%	70%
Trabajador por cuenta propia	73	21%	91%
Desempleado	21	6%	97%
Estudiante	10	3%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

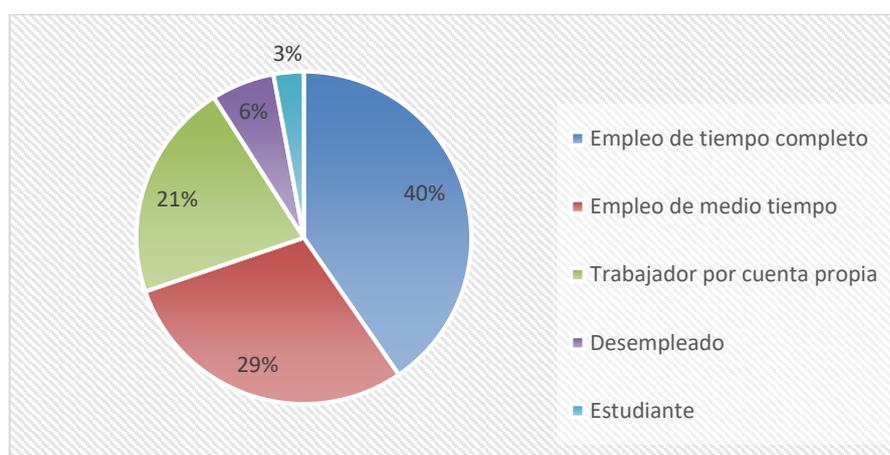


Ilustración 2-4: Situación laboral actual de ciudadanos del cantón Alausí.

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

El estudio de la situación laboral actual es importante para el proyecto, porque de ello se puede determinar cuántas personas de las encuestadas tienen la capacidad de adquirir una pollera, de los resultados se desprende que el 40% tiene empleo de tiempo completo y el 21% es trabajador por cuenta propia, mientras que el 3% son estudiantes.

Interpretación:

De los resultados obtenidos se desprende que la mayor cantidad de personas tienen empleo a tiempo completo, lo que se interpreta que del 100% de la posible demanda, únicamente el 40% es probable que nos compren el producto por su poder adquisitivo, mientras que el 21% trabaja de cuenta propia, es probable que adquiera el producto por su nivel de ingresos, sin embargo este mercado es muy cambiante porque el nivel de ingresos no es fijo, y como menor porcentaje están los estudiantes, los cuales por cuenta propia no están en la capacidad de adquirir el producto (Polleras).

3. ¿Qué nivel de satisfacción tiene con las polleras que usted compra?

Tabla 3-4: Nivel de satisfacción tiene con las polleras que compra de ciudadanos del cantón Alausí.

Nivel de satisfacción tiene con las polleras que compra	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Totalmente satisfecho	138	40%	40%
Satisfecho	123	36%	76%
Algo satisfecho	68	20%	96%
Insatisfecho	13	4%	99%
Totalmente insatisfecho	2	1%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

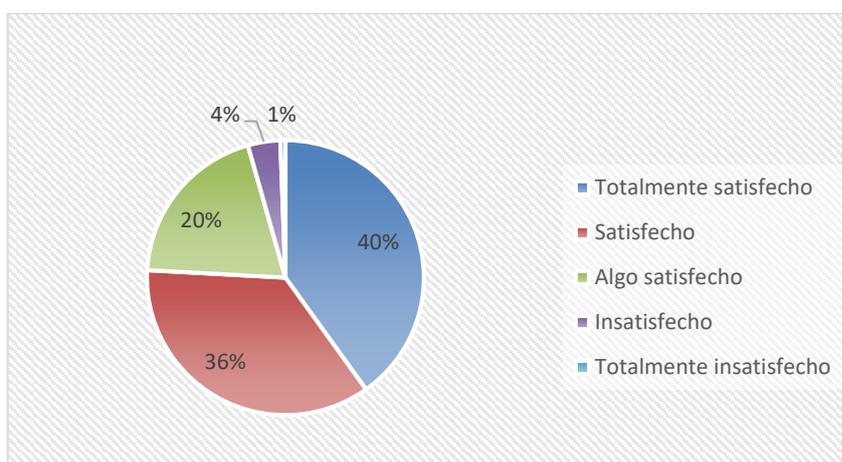


Ilustración 3-4: Nivel de satisfacción tiene con las polleras que compra de ciudadanos del cantón Alausí.

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

El nivel de satisfacción con las polleras que la muestra adquiere en diferentes marcas y vendedores es un punto fundamental, para saber si existe una demanda insatisfecha con los productos que está comprando y de esta manera presentar el producto de la marca “Polleras VIP”, de los datos se desprende que el 40% está totalmente satisfecho, y el 20 % está algo satisfecho, mientras que el 1% está insatisfecho.

Interpretación:

Del análisis realizado se interpreta que el 40% de personas tienen unas polleras de su entero gusto, y sería de superar la calidad y modelo de las polleras para llegar a este nicho de mercado, mientras que el 20% se encuentra algo satisfecho, lo que da un espacio para introducir en este nicho de mercado los productos de “Polleras VIP”, el porcentaje de personas insatisfechas es del 1%, es una cifra razonable, porque los clientes compran únicamente productos de su agrado

4. ¿Cuál es el precio que compra las polleras?

Tabla 4-4: Precio de las polleras que compra ciudadanos del cantón Alausí.

Precio de las polleras que compra	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
51 a 70 dólares	124	36%	36%
31 a 50 dólares	83	24%	60%
71 a 90 dólares	74	22%	82%
10 a 30 dólares	52	15%	97%
91 dólares o más	11	3%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

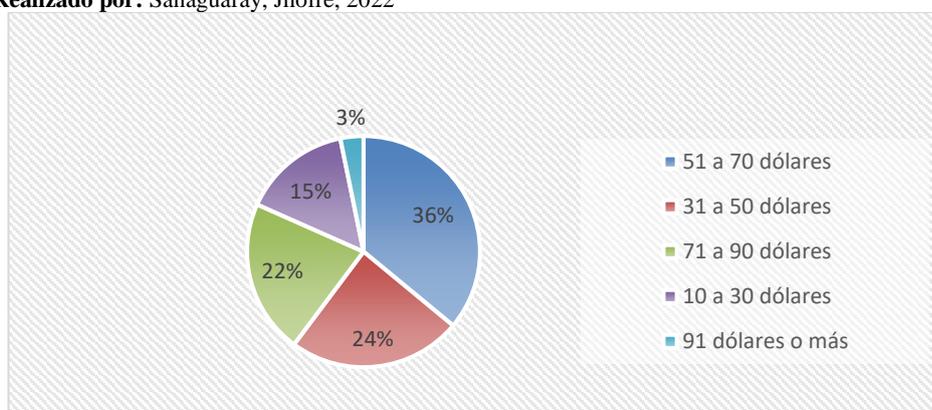


Ilustración 4-4: Precio de las polleras que compra ciudadanos del cantón Alausí.

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

El precio de las polleras que compran en la competencia es importante para saber el nivel de precios que la muestra ya pagó por un producto, de los datos se desprende que el precio más común es de 51 a 70 dólares con un porcentaje del 36%, e precio promedio pagado es de 71 a 90 dólares con un 22 % y finalmente únicamente el 3% compra polleras por más de 91 dólares.

Interpretación:

De los datos sobre el precio al cual las personas compran el producto(polleras) se obtuvo que una mayor cantidad de personas consume productos en un rango de 51 a 70 dólares, lo cual indica que el producto(polleras) de la empresa “Polleras VIP” se sale del rango común con un precio estimado de 75 dólares, por el cual es importante enfocar esfuerzos para marketing, para influir en la decisión de compra. Las personas que compran el producto en un rango de 31 a 50 dólares está en un gran porcentaje, es importante enfocar esfuerzos a desarrollar productos con costos más bajos, para vender a este nicho de mercado, por último, muy pocas personas compran a un precio superior a 90 dólares, sin embargo, es un mercado potencial para enfocarnos, y generar mayores ingresos.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pollera de la Marca “Polleras VIP”?

Tabla 5-4: Disposición de pago para una pollera de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí

Disposición de pago para una pollera de la Marca "Polleras VIP"	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
\$ 80 dólares	120	35%	35%
\$ 70 dólares	90	26%	61%
\$ 50 dólares o menos	62	18%	79%
\$ 60 dólares	55	16%	95%
\$ 90 dólares o más	17	5%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

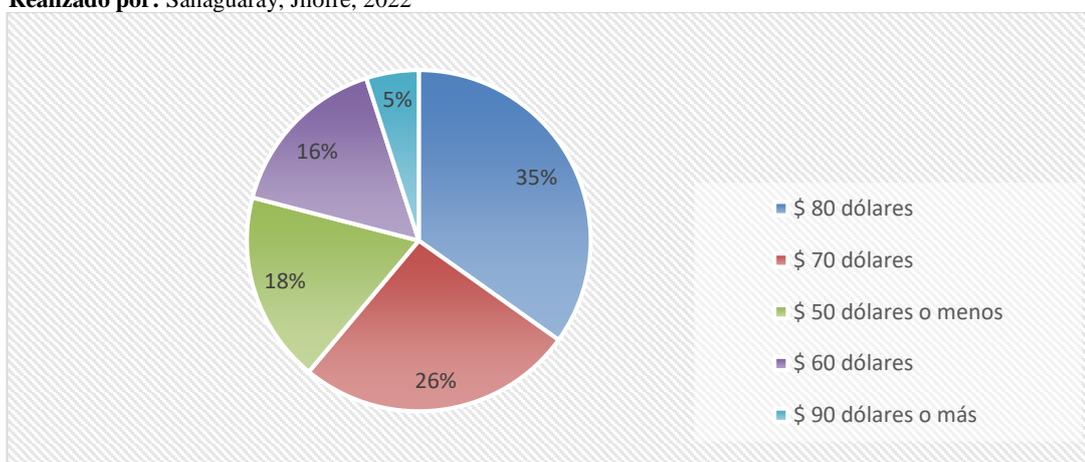


Ilustración 5-4: Disposición de pago para una pollera de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

El conocer la disposición de pago para un producto de la marca “Polleras VIP” es importante para conocer la percepción que genera la pollera, para el estudio se presentó al cliente una pollera con un precio de 75 dólares y los resultados son los siguientes, el 35% está dispuesto a pagar \$ 80 dólares por la pollera, mientras que el 18% pagaría 50 dólares o menos, y 5% pagaría 90 dólares o más.

Interpretación:

De los datos obtenidos se interpreta que existe una alta probabilidad de que los productos de la marca “Polleras VIP” se vendan con facilidad al nicho de mercado que percibe que pagaría 80\$, sin embargo un porcentaje de 18% indica que compraría por 50 dólares o menos, lo que indica que la empresa debe diseñar productos que se puedan vender a un menor precio para no perder este segmento de mercado, el 5% de los consumidores indica que pagaría más de 90 dólares, para este nicho es importante innovar aún más en el diseño del producto y su calidad para que esté acorde con el precio que se pretende vender a este nicho de mercado.

6. ¿Compraría una Pollera Personalizada en “Polleras VIP”?

Tabla 6-4: Decisión de compra de una pollera personalizada de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.

Decisión de compra de una pollera personalizada de la Marca "Polleras VIP"	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
SI	304	88%	88%
NO	24	7%	95%
Posiblemente	11	3%	99%
Preguntas dejadas en blanco	5	1%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

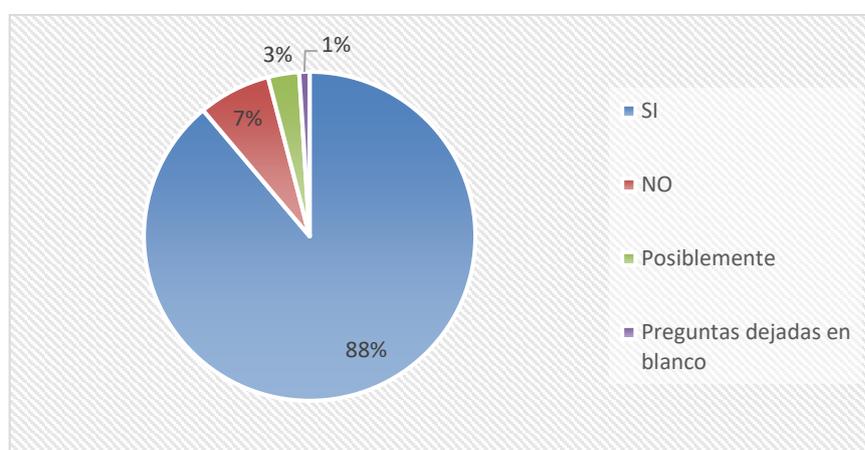


Ilustración 6-4: Decisión de compra de una pollera personalizada de la Marca "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

Conocer si la población está dispuesta a comprar el producto es de gran importancia porque de esta manera se determina la demanda del producto, por tanto, según los datos de las encuestas se desprende que el 88 % está dispuesto a comprar los productos de la marca “Polleras VIP”, el 7% no compraría el producto, y finalmente el 3% menciona que posiblemente compraría una pollera de la marca.

Interpretación:

De los datos se interpreta que la empresa tiene una demanda amplia para vender los productos, estos son del 88% lo cual es importante para determinar el tamaño del proyecto, el 7% no está dispuesto a comprar las polleras de la marca, es un porcentaje mínimo que no afecta de manera significativa a la cantidad demandada, mientras que el 3% está indeciso es el mercado en dónde se tiene que influir para concluir con la venta de una pollera.

7. ¿En dónde le gustaría comprar los productos de Polleras VIP?

Tabla 7-4: Lugar en dónde les gustaría comprar los productos de "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.

Lugar en dónde les gustaría comprar los productos de "Polleras VIP"	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
En el local ubicado en el cantón Alausí	225	65%	65%
En la plaza de ropa de Alausí	83	24%	90%
En la plaza de ropa de achupallas	24	7%	97%
Mediante redes sociales	12	3%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

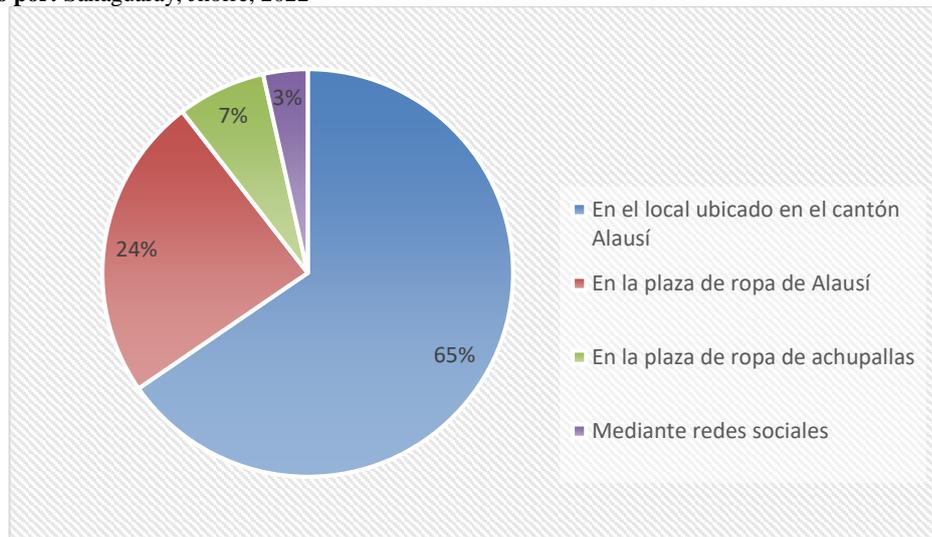


Ilustración 7-4: Lugar en dónde les gustaría comprar los productos de "Polleras VIP" a ciudadanos del cantón Alausí.

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

El lugar de distribución de las polleras de la Marca "Polleras VIP" es importante para lograr tener mayores ventas de la empresa, por ello de los datos se desprende lo siguiente, el 65% prefiere comprar en el local de la empresa ubicado en el cantón Alausí, mientras que el 24% le gustaría comprar en la plaza de ropa de Alausí, y el 3% compraría mediante redes sociales.

Interpretación:

De los datos se interpreta que las personas prefieren comprar en el local comercial de Alausí, y es un factor importante para tomar en cuenta para invertir en el espacio físico de la empresa y la experiencia del cliente, mientras que el 24% busca comprar en la plaza de ropa del Cantón Alausí, disponiendo así la necesidad de implementar una persona que venda los productos de la marca en este sitio, únicamente el 3% busca comprar por redes sociales y genera la necesidad de implementar este medio

8. ¿Cuál es el medio de promoción que prefiere?

Tabla 8-4: Preferencia sobre el medio de promoción a ciudadanos del cantón Alausí

Preferencia sobre el medio de promoción	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Redes sociales	268	78%	78%
Radio	47	14%	92%
Periódico	12	3%	95%
Publicidad mediante volantes	11	3%	98%
Ferias, exposiciones	6	2%	100%
TOTAL	344	100%	

Tabla 8-4: Encuesta, Edad de ciudadanos del cantón Alausí encuestados

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

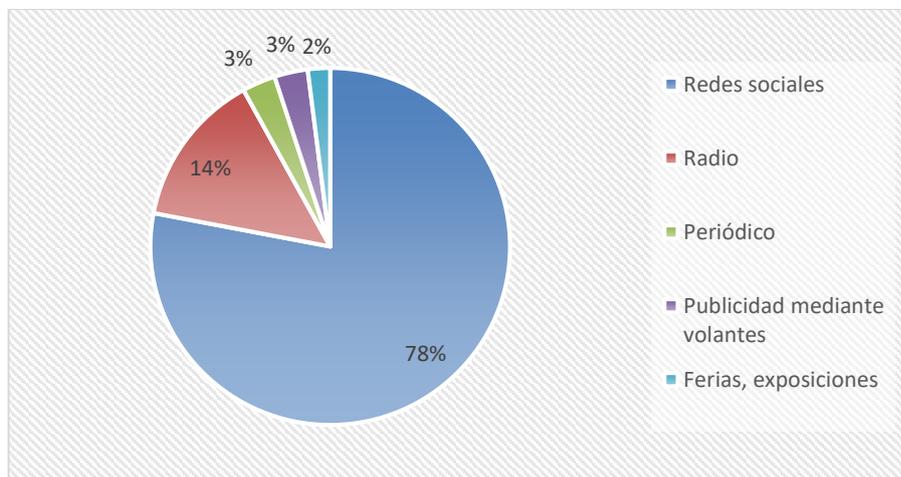


Ilustración 8-4: Preferencia sobre el medio de promoción a ciudadanos del cantón Alausí **Fuente:** Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

El medio de promoción de los productos de la marca “Polleras VIP” es indispensable para saber cuál es el canal de comunicación preferido por la población, de esto se desprende el siguiente análisis, el 78% prefiere que se promocione por las redes sociales, mientras que el 14% prefiere que se promocione por la radio, y el 2% requiere una promoción por ferias.

Interpretación:

De la información encuestada, se interpreta que una manera efectiva de llegar a los clientes es mediante las redes sociales para influir en su decisión de compra, existe un nicho de mercado específico que utiliza la radio, y prefiere este medio para conocer sobre los productos de la marca, y un porcentaje muy pequeño necesita conocer los productos por medio de ferias, sin embargo, es un método de promoción que no permite llegar a una gran cantidad de personas.

9. ¿Qué factor influye en su decisión de compra de polleras?

Tabla 9-4: Factor que influye en la decisión de compra de una Pollera a ciudadanos del cantón Alausí.

Factor que influye en la decisión de compra de una Pollera	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Calidad de las polleras	210	61%	61%
Modelo y diseño de las polleras	64	19%	80%
Personalización de la polleras y exclusividad	47	14%	93%
Precios bajos	13	4%	97%
Marca	9	3%	100%
Preguntas dejadas en blanco	1	0%	100%
TOTAL	344	100%	

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

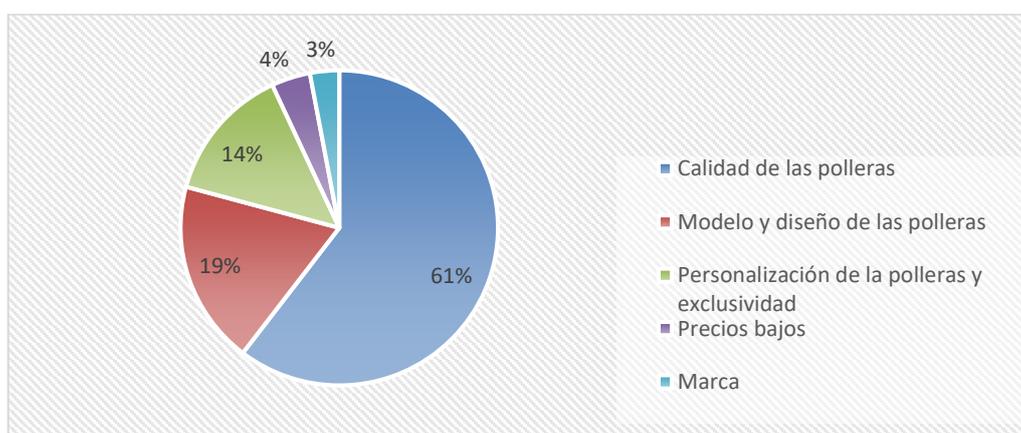


Ilustración 9-4: Factor que influye en la decisión de compra de una Pollera a ciudadanos del cantón Alausí.

Fuente: Encuestas a ciudadanos del Cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2022

Análisis:

Conocer el factor que influye en la decisión de compra es un factor importante para saber que atributo de la marca promocionar, y conocer el factor más importante para el cliente y de esta manera incluirlo en el proceso de producción, de esto se desprende el siguiente análisis: el 61% busca calidad de las polleras, el 14% busca personalización de las polleras y exclusividad, finalmente el 3% menciona que la marca de la prenda influye en su decisión de compra

Interpretación:

De los datos se interpreta que la mayoría de la muestra encuestada busca calidad en una pollera, por ende, es importante incluir este factor para la producción del producto, para la promoción se debe referir a esta característica del producto, el 14% busca personalización y exclusividad indicando que se debe producir productos bajo pedido, y el 3% menciona que debemos trabajar en la marca para vender a este nicho, que se enfoca mucho en la marca antes de comprar.

4.2. Análisis e interpretación de la entrevista

Análisis:

Durante una entrevista realizada, se tuvo la oportunidad de conocer las percepciones y necesidades que tiene la empresa de confección de ropa para mujeres indígenas POLLERAS VIP en el cantón Alausí a través de su propietario, José Sanaguaray.

En la entrevista, se pudo conocer que José Sanaguaray consideraba que la empresa necesitaba más maquinaria para incrementar la capacidad de producción. Además, indicó que era importante contar con una mesa de trabajo más grande y materiales de calidad para la producción de ropa con telas de diferentes tipos y colores. También se mencionó la necesidad de adecuar mejor el espacio de trabajo para optimizar la producción y reducir tiempos de entrega a los clientes.

Por último, José Sanaguaray destacó la importancia de promocionar los productos de la empresa a través de redes sociales para llegar a más clientes y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Interpretación:

En la entrevista realizada en el pasado al propietario de la empresa de confección de ropa para mujeres indígenas en el cantón Alausí, José Sanaguaray, se evidenció la necesidad de inversiones en maquinaria, materiales y adecuación del espacio de trabajo, así como la implementación de estrategias de marketing para mejorar la capacidad productiva y la promoción de los productos de la empresa.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Propuesta

5.1.1. Unidad ejecutora

5.1.1.1. Descripción de la empresa

Polleras VIP es una destacada empresa textil con sede en Alausí, especializada en la fabricación y comercialización de polleras, prendas tradicionales de alta calidad. Nuestro enfoque se centra en la artesanía y autenticidad, brindando diseños exclusivos que reflejan la rica cultura y tradiciones de nuestra región. Con un equipo de expertos en diseño y confección, nos esforzamos por ofrecer productos elegantes y únicos. Valoramos la calidad, la atención al detalle y la satisfacción del cliente, lo que nos ha permitido establecer una sólida reputación en el mercado. En Polleras VIP, nos enorgullece representar la cultura ecuatoriana a través de nuestras hermosas polleras.

5.1.1.2. Objetivos del proyecto

Asegurar la rentabilidad del proyecto a largo plazo:

El objetivo principal de cualquier proyecto de inversión es lograr una rentabilidad positiva, y este proyecto no es una excepción. La empresa busca asegurar que la inversión en la fabricación y venta de polleras genere un retorno positivo.

Expandir la base de clientes:

La empresa busca ampliar su base de clientes y llegar a un público más amplio, tanto a nivel nacional como internacional.

Preservar y difundir la cultura indígena:

Además de lograr la rentabilidad, la empresa también tiene como objetivo preservar y difundir la cultura indígena a través de su producto. Busca resaltar la importancia de la herencia cultural y de la tradición de la región.

Mejorar la calidad del producto:

La empresa busca constantemente mejorar la calidad de sus polleras, para ofrecer un producto de alta calidad a sus clientes.

Apoyar a los artesanos locales:

La empresa también tiene como objetivo apoyar a los artesanos locales y garantizar que reciban una remuneración justa por su trabajo.

5.1.1.3. Ubicación del proyecto

El proyecto de inversión para la fabricación de polleras está ubicado en el cantón Alausí, en la provincia de Chimborazo, en el país de Ecuador. La ubicación exacta es en las calles Sucre y García Moreno. Esta ubicación es ideal para la empresa, ya que se encuentra en una región con una rica tradición cultural y una gran población indígena, lo que permite un fácil acceso a los materiales y artesanos locales. Además, esta ubicación es accesible para los clientes tanto locales como internacionales, lo que facilita la venta de los productos.

Ubicación en el Mapa:

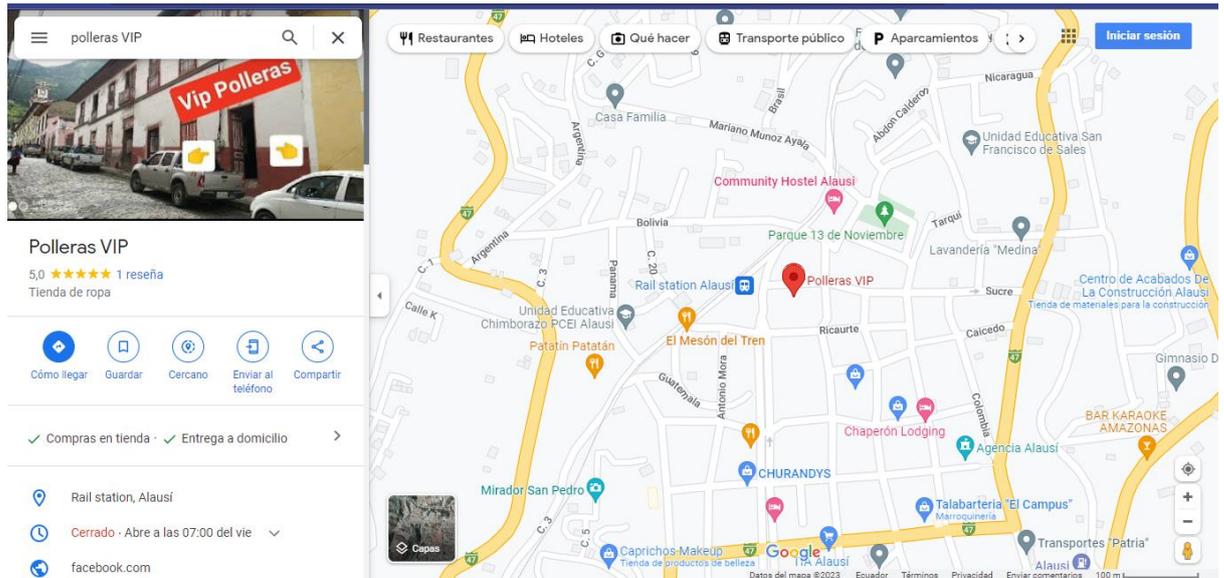


Ilustración 1-5: Ubicación de la empresa Polleras VIP

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre. 2023

5.1.1.4. Misión

PREGUNTAS ESTRATEGICAS

¿Qué problema está resolviendo la empresa?

La empresa está resolviendo la necesidad de preservar y difundir la cultura indígena y garantizar una rentabilidad positiva para la inversión.

¿Cuál es el objetivo principal de la empresa?

El objetivo principal de la empresa es asegurar la rentabilidad del proyecto a largo plazo mientras contribuye al desarrollo sostenible de la región y preserva su herencia cultural.

¿Qué valor está ofreciendo la empresa a sus clientes?

La empresa está ofreciendo a sus clientes polleras tradicionales de alta calidad y con un significado cultural, y está contribuyendo a la preservación y difusión de la cultura indígena.

¿Cómo la empresa se diferencia de su competencia?

La empresa se diferencia de su competencia al combinar un enfoque en la rentabilidad y la responsabilidad social, al apoyar a los artesanos locales y asegurar una remuneración justa por su trabajo, y al producir productos de alta calidad con un significado cultural.

¿Qué impacto positivo busca la empresa en la sociedad y el medio ambiente? La empresa busca tener un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a través de la preservación y difusión de la cultura indígena, el apoyo a los artesanos locales y un enfoque en el desarrollo sostenible de la región.

Misión

"Nuestra misión es preservar y difundir la cultura indígena y asegurar una rentabilidad positiva para la inversión, al producir y comercializar polleras tradicionales de alta calidad y significado cultural, elaboradas con tejidos y patrones únicos que reflejan la cultura y las tradiciones de la región. Cada pieza es elaborada con cuidado y atención al detalle, garantizando su durabilidad y calidad, y es cómoda y versátil, ideal para una variedad de ocasiones. Al apoyar a los artesanos locales y contribuir al desarrollo sostenible de la región, POLLERAS VIP brinda a sus clientes una experiencia única y valiosa."

5.1.1.5. Visión

¿Cuál es el futuro deseado para la empresa?

La empresa desea ser reconocida como líder en la confección de polleras indígenas de alta calidad y significado cultural, y como una empresa responsable y comprometida con el desarrollo sostenible de la región y la preservación de la cultura indígena.

¿Cómo se imagina la empresa en 5 o 10 años?

En 5 o 10 años, la empresa se imagina expandiéndose a nivel nacional e internacional, ampliando su alcance y su impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, y manteniendo su compromiso con la preservación y difusión de la cultura indígena.

¿Qué resultados espera lograr la empresa en el futuro?

La empresa espera lograr una rentabilidad sostenible y creciente a largo plazo, una ampliación de su base de clientes y una mayor satisfacción de sus clientes, y un impacto positivo significativo en la sociedad y el medio ambiente.

¿Qué impacto positivo busca la empresa tener en la sociedad y el medio ambiente en el futuro?

La empresa busca tener un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a través de la preservación y difusión de la cultura indígena, el apoyo a los artesanos locales y un enfoque en el desarrollo sostenible de la región.

Visión

Nuestra visión es ser reconocidos como la empresa líder en la producción de polleras tradicionales de alta calidad, con un enfoque en la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. Buscamos ser una fuente de orgullo para la región y un modelo a seguir en la preservación y difusión de la cultura indígena. Queremos ser el referente en la industria de la confección de indumentaria para personas indígenas, y ser reconocidos por la calidad de

nuestros productos y por nuestro compromiso con la comunidad y el medio ambiente para el año 2030

5.1.1.6. Valores corporativos

Puntualidad: La empresa valora la puntualidad en la entrega de productos y en cumplir con plazos internos, como el pago de nóminas y facturas.

Diferencia: La empresa se diferencia por su calidad y diseño único, y se esfuerza por mantenerse como líderes en la industria.

Excelencia: La empresa busca la excelencia en la atención al cliente y en la fabricación de sus productos, utilizando materia prima de alta calidad y mano de obra cuidadosa.

Libertad: La empresa valora la libertad de expresión y creatividad de sus clientes y colaboradores.

Escucha: La empresa está abierta a recibir opiniones y sugerencias de sus clientes y colaboradores para mejorar y evolucionar.

Responsabilidad: La empresa tiene una responsabilidad social y ambiental, buscando generar empleo y desarrollo mientras protege el medio ambiente.

Pasión: La empresa está motivada por la pasión de sus colaboradores por su trabajo y su amor por lo que hacen.

Honestidad: La empresa valora la honestidad y la conducta ética en todas sus acciones.

5.1.2. Estudio de mercado

5.1.2.1. Productos para ofrecer

Polleras

Las polleras son la expresión de la elegancia y la sofisticación. Confeccionadas con los mejores materiales, como la lana de borrego, licra, terciopelo y otros similares, cada una de ellas es bordada con hilo de diferentes colores y diseñada a medida y gusto del cliente. La atención al detalle y la confección artesanal son la clave para crear una prenda única e irrepetible.

En el mundo de las polleras, cada diseño es una historia, una tradición y una cultura. Con ellas, podrás expresar tu personalidad y estilo, y ser reconocido por tu estatus, lugar de nacimiento, posición económica y estado civil. ¡Vive la experiencia de lucir una pollera VIP!



Ilustración 2-5: Representación gráfica de una pollera

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre. 2023

5.1.2.2. Análisis de la demanda

La demanda potencial para las polleras de la marca "Polleras VIP" es de 1004 personas en el cantón Alausí, según los resultados de la encuesta realizada a la Población Económica Activa de género femenino y etnia indígena. Un 88% de la población mostró interés en comprar una pollera personalizada y un 35% está dispuesto a pagar el precio del producto. Esto indica una demanda significativa para el producto en la región.

Tabla 1-5: Formulación de la demanda potencial

	Detalle	Factor evaluado	Porcentaje	Demanda potencial
Necesidad	Población (PEA) femenino indígena del cantón Alausí	Población	100%	3261
Deseo	¿Compraría una Pollera Personalizada en "Polleras VIP"?	SI	88%	2870
Demanda	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pollera de la Marca "Polleras VIP"?	80 dólares	35%	1004

Fuente: Fascículo provincial de Chimborazo de los resultados del Censo 2010, encuestas a ciudadanos del cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

5.1.2.3. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se realiza con una tasa de crecimiento del 0,032, lo que indica un aumento moderado en la demanda de polleras personalizadas de la marca "Polleras VIP". Se espera que en los próximos años la demanda siga creciendo a un ritmo estable, lo que permitirá a la empresa mantener su posición en el mercado y seguir ofreciendo productos de alta calidad a sus clientes. Con una tasa de crecimiento moderada, la empresa puede planificar estratégicamente su producción y expansión, asegurándose de cumplir con la demanda y manteniendo la satisfacción de sus clientes.

Tabla 2-5: Proyección de la demanda

Años	Población	fórmula	Proyecciones
2023	1004		
2024		$P_n = 1004 [(1+0,032)]^1$	1036
2025		$P_n = 1004 [(1+0,032)]^2$	1069
2026		$P_n = 1004 [(1+0,032)]^3$	1104
2027		$P_n = 1004 [(1+0,032)]^4$	1139
2028		$P_n = 1004 [(1+0,032)]^5$	1175

Fuente: Datos calculados en base de la demanda potencial

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

La demanda del producto se concentra en fechas festivas, como el Carnaval, Fiestas del pueblo, Día de los Difuntos, Día de la Madre y Año Nuevo, generando un incremento en la venta de 5 polleras por habitante.

Tabla 3-5: Cálculo de la demanda real

Años	Proyecciones	Demanda Real multiplicado por 5
2023	1004	5020
2024	1036	5181
2025	1069	5346
2026	1104	5518
2027	1139	5694
2028	1175	5876

Fuente: Proyección de la demanda pág. 59

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

5.1.2.4. Análisis de la oferta

Por medio de la técnica de observación se investigó a la empresa AWAK y BORDADOS QUINCHE para determinar la cantidad de oferta de polleras que realizan:

Tabla 4-5: Observación, Observación realizada a la oferta de polleras del Cantón Alausí.

Nombre de la empresa	Cantidad de Maquinas	Estimación de producción diaria	Cantidad de producción mensual
AWAK	8 máquinas bordadoras	4 polleras por día	80 polleras mensuales
BORDADOS QUINCHE	8 máquinas bordadoras	4 polleras por día	80 polleras mensuales

Fuente: Observación a la oferta de polleras del cantón Alausí, 2022

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Análisis:

El análisis de la oferta considera la cantidad de productos disponibles para satisfacer la demanda del mercado. En este caso, las dos empresas tienen un total de 8 máquinas y producen 4 polleras por día, lo que significa que producen un total de 80 polleras mensuales. Esta cantidad de oferta es importante para determinar la demanda insatisfecha en el mercado y para planificar la producción y los objetivos de ventas a largo plazo.

Interpretación:

La interpretación del análisis de la oferta indica que las dos empresas, AWAK y BORDADOS QUINCHE, tienen un total de 8 máquinas y producen un total de 4 polleras por día y 80 polleras mensuales. Aun así, esta oferta de 160 polleras mensuales no es suficiente para cubrir la demanda potencial de 5020 polleras para el año 2023. Esto significa que hay una demanda insatisfecha de polleras en el mercado y una oportunidad para que la empresa aumente su producción y satisfaga la demanda del mercado.

5.1.2.5. Proyección de la oferta

La oferta tiene una capacidad de producción de 8 polleras al día, de acuerdo con el nivel de crecimiento de la demanda, la oferta incrementa su nivel de producción en una maquinaria cada año, lo cual genera una tasa de crecimiento del 10,2 %

Tabla 5-5: Proyección de la oferta

Años	Oferta	fórmula	Proyecciones	Anual
2023	160			
2024		$P_n = 1004 \left[(1+0,032) \right]^1$	165	1981
2025		$P_n = 1004 \left[(1+0,032) \right]^2$	170	2045
2026		$P_n = 1004 \left[(1+0,032) \right]^3$	176	2110
2027		$P_n = 1004 \left[(1+0,032) \right]^4$	181	2178
2028		$P_n = 1004 \left[(1+0,032) \right]^5$	187	2248

Fuente: Datos calculados en base a la observación a la oferta

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

5.1.2.6. Demanda insatisfecha

El mercado indica una demanda insatisfecha alta, en la cual la empresa Polleras VIP pretende cubrir parte del mercado mediante el presente proyecto

Tabla 6-5: Demanda insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha
2024	1981	5181	3200
2025	2045	5346	3015
2026	2110	5518	2948
2027	2178	5694	2862
2028	2248	5876	2756

Fuente: Datos calculados en base a las proyecciones de la oferta y demanda

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

5.1.2.7. Marketing Mix

Producto:

Producto: POLLERAS VIP ofrece polleras confeccionadas con los mejores materiales, como la lana de borrego, licra, terciopelo, y otros similares. Cada pollera es bordada con hilo de diferentes colores y diseñada a medida y gusto del cliente. La atención al detalle y la confección artesanal son la clave para crear una prenda única e irreplicable. La empresa se enfoca en ofrecer un producto de alta calidad y con una identidad cultural fuerte, ya que cada diseño es una historia, una tradición y una cultura.

Precio:**¿Cuánto cuestan los productos de la competencia?****Tabla 7-5:** Precios de la competencia

Productos (Polleras)	AWAK	Polleras VIP	Bordados Quinche
Pollera de 15 cm	75	75	85
Pollera de 20 cm	95	85	110
Pollera de 22 cm	110	90	145
Pollera de 25 cm	150	100	160

Fuente: Investigación al precio de polleras de la oferta

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

El precio es uno de los componentes más importantes del marketing mix y es crucial para el éxito de una empresa. En el caso de POLLERAS VIP, se debe tener en cuenta la estrategia de precios de sus competidores, AWAK y Bordados Quinche, para determinar su posicionamiento en el mercado.

En comparación con AWAK, POLLERAS VIP ofrece precios similares en las polleras de 15 cm y 20 cm, pero un precio más bajo en las polleras de 22 cm y 25 cm. Esto puede atraer a clientes que buscan una alternativa más asequible a las polleras de alta calidad.

Sin embargo, POLLERAS VIP debe tener en cuenta que Bordados Quinche tiene precios más altos en todas las tallas de polleras, lo que puede indicar una estrategia de precios premium. POLLERAS VIP debe determinar si desea competir en el mismo nivel de precios que Bordados Quinche o si desea diferenciarse como una opción más asequible.

En general, POLLERAS VIP debe considerar su presupuesto de marketing disponible, la calidad de sus productos y su segmento de mercado al determinar su estrategia de precios. Es importante encontrar un equilibrio entre precios competitivos y un margen de ganancia adecuado para asegurar la rentabilidad a largo plazo de la empresa.

Plaza:

POLLERAS VIP está ubicada en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo, y se enfoca en atender a la población local, aunque también tiene presencia en línea para llegar a un público más amplio. La empresa busca expandir su presencia en tiendas especializadas en ropa indígena y ferias de artesanías.

Promoción: Con un presupuesto de marketing de solo 120 dólares anuales, POLLERAS VIP se enfoca en el uso de las redes sociales para aumentar su presencia en línea y llegar a su público

objetivo. La empresa también puede considerar la participación en ferias de artesanías y colaborar con tiendas especializadas en ropa indígena para promocionar sus productos.

Segmento de mercado: POLLERAS VIP se enfoca en un segmento de mercado compuesto por personas de todas las edades, desde los 10 hasta los 70 años, que buscan expresar su personalidad y estilo a través de su ropa, y que valoran la calidad y la identidad cultural de los productos.

En resumen, POLLERAS VIP se enfoca en ofrecer un producto de alta calidad y con una identidad cultural fuerte, a un precio competitivo, a través de una presencia en línea y en tiendas especializadas y ferias de artesanías, y promoviendo su marca a través de las redes sociales.

5.1.3. Estudio técnico

5.1.3.1. Tamaño del proyecto

La empresa Polleras VIP actualmente tiene ventas anuales de 240 polleras y su objetivo futuro es alcanzar 720 polleras. La inversión inicial es de 13888 y requiere un financiamiento del 50% del total. El mercado objetivo tiene una demanda insatisfecha de 3200 polleras para el año 2024. La empresa cuenta con una buena acogida en el mercado y tiene un plan de crecimiento y expansión a largo plazo para ser líder en la comercialización y fabricación de polleras. Los insumos y materiales necesarios para la fabricación son de fácil accesibilidad. Las proyecciones financieras a corto y largo plazo indican un VAN del 34,30%.

5.1.3.2. Capacidad de producción

Capacidad Diseñada

La capacidad diseñada del proyecto es de 9 polleras por 24 horas, lo que equivale a una producción máxima de 180 polleras al mes con las 3 maquinarias trabajando las 24 horas y 30 días del mes. Cada pollera requiere 8 horas de producción, y las maquinarias son industriales y pueden trabajar las 24 horas del día los 30 días del mes.

$$\text{Capacidad diseñada} = \frac{\# \text{ de hora de capacidad de maquinaria para laborar}}{\text{Tiempo estimado para producir una pollera}}$$

$$\text{Capacidad diseñada} = \frac{24 \text{ horas}}{8 \text{ horas}}$$

$$\text{Capacidad diseñada} = 3 \text{ polleras/día}$$

Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada del proyecto es de 3 polleras por día, ya que el horario laboral es de 8 horas al día y se trabaja 20 días a la semana. La capacidad máxima de producción de las

maquinarias es de 9 polleras en 24 horas, pero la capacidad utilizada es de 3 polleras por día debido a las restricciones laborales.

$$\text{Capacidad utilizada} = \frac{\text{número de horas laborables}}{\text{Tiempo estimado para producir una pollera}}$$

$$\text{Capacidad utilizada} = \frac{8 \text{ horas}}{8 \text{ horas}}$$

$$\text{Capacidad utilizada} = 1 \text{ polleras/día}$$

5.1.3.3. Localización del proyecto

La empresa Polleras VIP está ubicada en Alausí, provincia de Chimborazo, Ecuador. La localización se ha elegido para minimizar los costos de renta, ya que el propietario de la empresa cuenta con una casa en ese lugar que es apta para el proyecto, el cuál rentará el espacio físico. Al estar ubicada en un lugar céntrico, el transporte de materias primas y el envío de productos a Guayaquil, Quito y Riobamba es fácil y económico. La dirección específica es en la calle Colombia, en la entrada al barrio la elegancia.

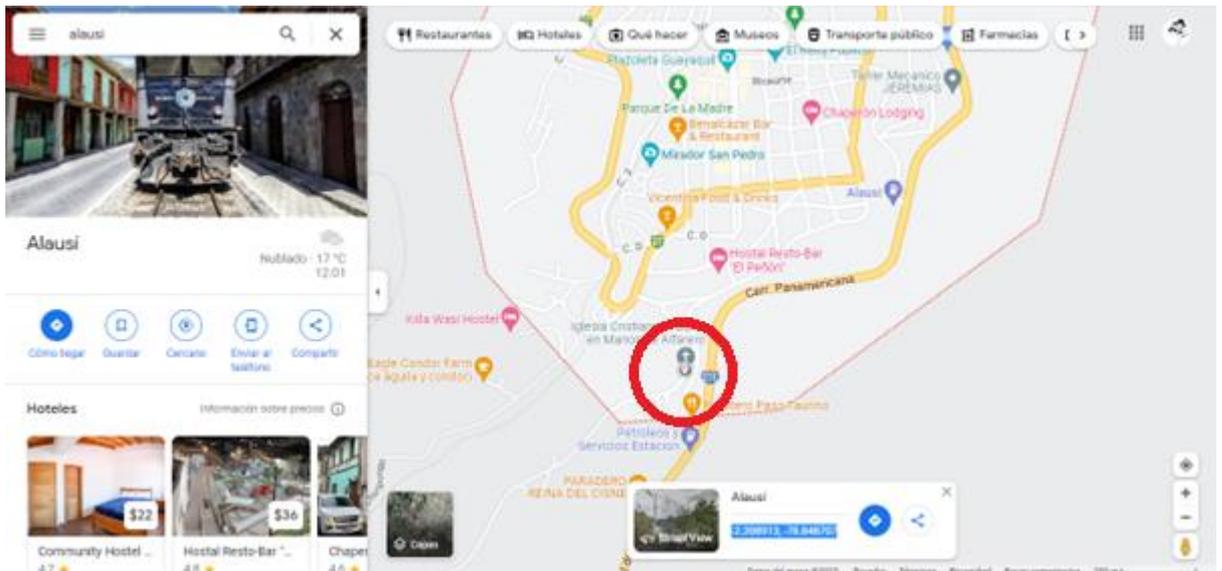


Ilustración 3-5: Ubicación del proyecto para la Polleras VIP

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre. 2023

5.1.3.4. Proceso productivo (Diagrama de flujo)

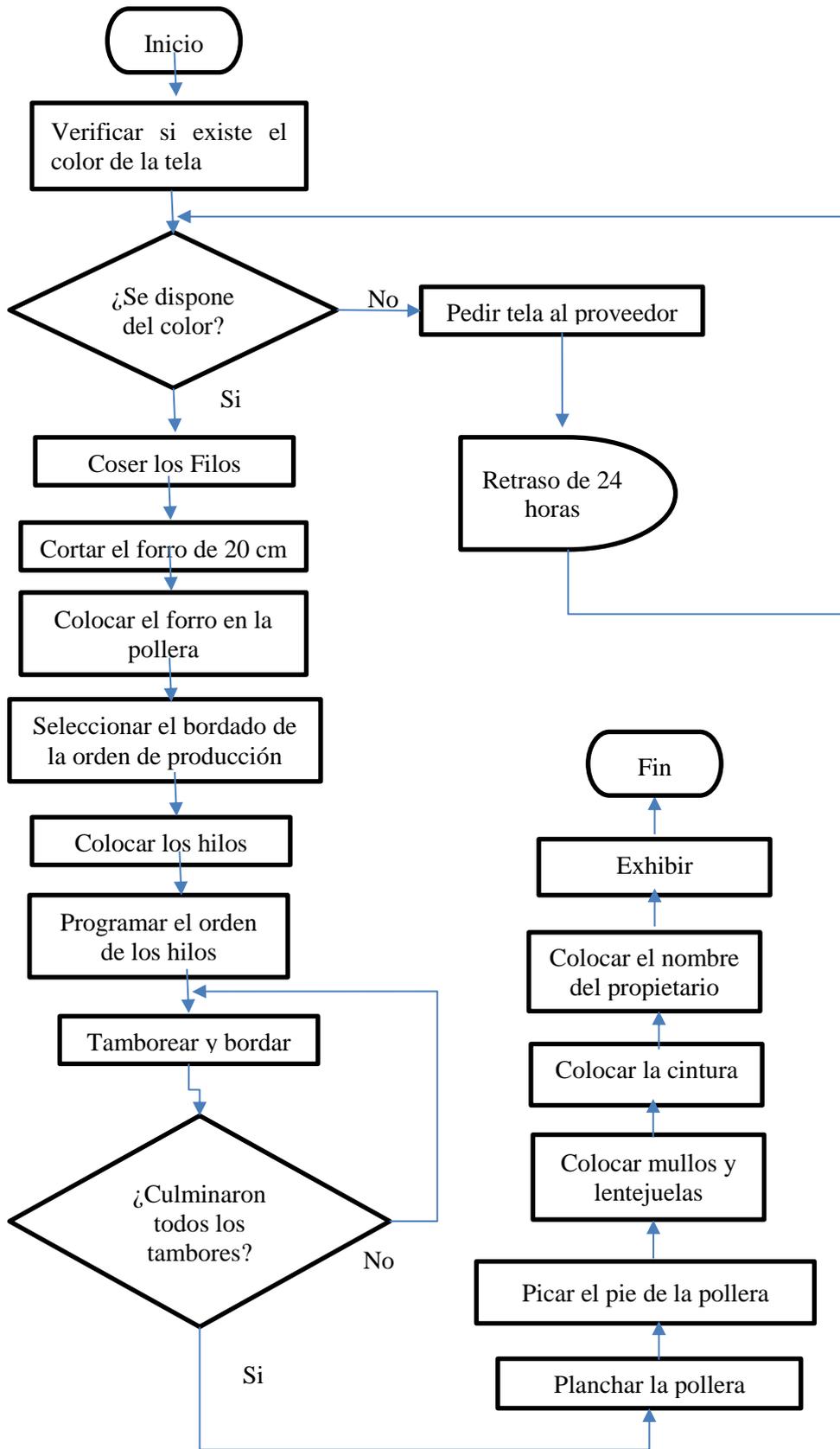


Ilustración 4-5: Diagrama de flujo sobre el proceso de producción de la empresa Polleras VIP

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre. 2023

5.1.3.5. Distribución de planta

La distribución de la planta de producción incluye una oficina para el gerente con un espacio cómodo para realizar sus actividades, una bodega para almacenar toda la mercadería y materia prima, dos máquinas de coser industriales rectas, tres máquinas de bordar profesionales y una mesa grande para el trabajo. Además, el espacio de trabajo cuenta con herramientas como tijeras, cintas métricas y una plancha profesional.

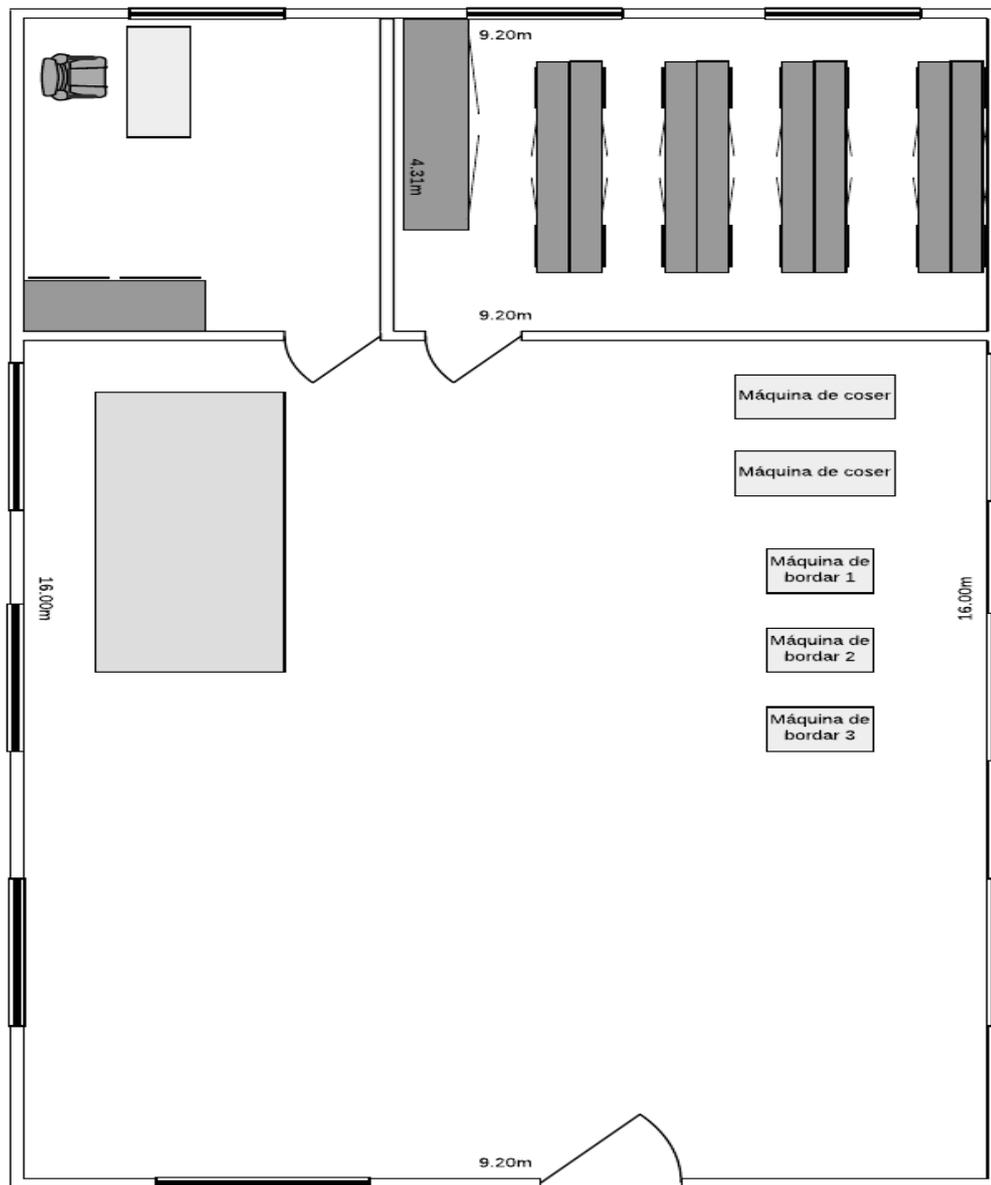


Ilustración 5-5: Distribución de planta de la empresa Polleras VIP

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre. 2023

5.1.4. Inversiones y financiamiento

5.1.4.1. Inversiones fijas

“Polleras VIP”

Inversiones Fijas

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 8-5: Inversiones Fijas

RUBROS	VALOR (USD)	Valor residual	AÑOS VIDA UTIL (Años)	DEP. ANUAL (USD)
Maquina Bordadora Industrial Feiya CTF1201	\$ 6.944,00	\$ 1.000,00	10	\$ 594,40
Maquina Bordadora Industrial Feiya CTF1201	\$ 6.944,00	\$ 1.000,00	10	\$ 594,40
TOTAL	\$ 13.888,00	\$ 2.000,00		\$ 1.188,80

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

La inversión para la compra de 2 máquinas bordadoras industriales Feiya CTF1201 es de 6944 dólares cada una, lo que suma un total de 13888 dólares. Se estima que tienen una vida útil de 10 años y un valor residual de 1000 dólares cada una al final de su vida útil. Por lo tanto, la inversión en las 2 máquinas bordadoras industriales será una inversión a largo plazo con un valor residual esperado al final de su vida útil.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.4.2. *Financiamiento*

“Polleras VIP”

Financiamiento

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 9-5: Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	VALOR (USD)	%
CAPITAL PROPIO	\$ 6.944,00	50,00
CAPITAL AJENO (CRÉDITO)	\$ 6.944,00	50,00
TOTAL, DEL FINANCIAMIENTO	\$ 13.888,00	100,00

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Ninguna

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.4.3. Tabla de pagos

“Polleras VIP”

Tabla de pagos

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 10-5: Tabla de pagos

DATOS						
VALOR PRESTAMO		\$ 6.944,00				
PLAZO		5 AÑOS				
TASA DE INTERES		11% ANUAL				
FORMA DE PAGO		SEMESTRAL				
					C + I	
	PERIODO DE PAGO	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO	
	0				\$6.944,00	
1	1	\$ 694,40	\$ 347,20	\$ 1.041,60	\$6.249,60	
	2	\$ 694,40	\$ 312,48	\$ 1.006,88	\$5.555,20	
2	3	\$ 694,40	\$ 277,76	\$ 972,16	\$4.860,80	
	4	\$ 94,40	\$ 243,04	\$ 937,44	\$4.166,40	
3	5	\$ 694,40	\$ 208,32	\$ 902,72	\$3.472,00	
	6	\$ 694,40	\$ 173,60	\$ 868,00	\$2.777,60	
4	7	\$ 694,40	\$ 138,88	\$ 833,28	\$2.083,20	
	8	\$ 694,40	\$ 104,16	\$ 798,56	\$1.388,80	
5	9	\$ 694,40	\$ 69,44	\$ 763,84	\$ 694,40	
	10	\$ 694,40	\$ 34,72	\$ 729,12	\$ 0,00	
	TOTAL	\$.944,00	\$ 1.909,60	\$ 8.853,60		
	2024	2025	2026	2027	2028	
CAPITAL	\$ 1.388,80	\$.388,80	\$ 1.388,80	\$ 1.388,80	\$1.388,80	\$ 6.944,00
INTERES	\$ 659,68	\$ 520,80	\$ 381,92	\$ 243,04	\$ 104,16	\$ 1.909,60
TOTAL	\$ 2.048,48	\$.909,60	\$ 1.770,72	\$ 1.631,84	\$1.492,96	\$ 8.853,60

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El proyecto POLLERAS VIP cuenta con un capital propio de 6944 y un capital ajeno de 6944 obtenido a través del Banco BAN ECUADOR con una tasa de interés del 11% semestral. Este financiamiento será utilizado para la expansión de la empresa y para la adquisición de nuevos equipos y materiales necesarios y mejorar la calidad de los productos ya existentes.

Se espera que este financiamiento permita a POLLERAS VIP aumentar su producción y su presencia en el mercado, generando así un mayor retorno sobre la inversión y una mejor posición financiera a largo plazo. La empresa planea devolver el capital ajeno en un plazo de 5 años con una estructura de pagos semestrales que asegure su estabilidad financiera.

El financiamiento obtenido por POLLERAS VIP permitirá a la empresa desarrollarse y crecer, generando una mejor posición financiera y una mayor presencia en el mercado.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5. Estudio Económico y Financiero

5.1.5.1. Presupuesto de ventas

“Polleras VIP”
Presupuesto de ventas
Periodo 2023-2028
Expresado en dólares

Tabla 11-5: Presupuesto de ventas

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
Cantidad (Polleras al año)	720	743	767	791	817
Precio de venta (USD/Pollera)	\$ 86,00	\$ 89,22	\$ 92,55	\$ 96,01	\$ 99,61
Ventas totales (USD)	\$61.920,00	\$66.291,35	\$70.971,31	\$ 5.981,66	\$81.345,72

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El presupuesto de ventas de la pollera VIP para el año 2024 se basa en un precio de venta al público de 75 dólares, el cual se incrementará en un 3,74% debido a la inflación. La cantidad de polleras en producción para ese año será de 720 unidades, con una tasa de crecimiento del 3,2% anual debido al aumento de la población hasta el 2028.

Este presupuesto de ventas se basa en la proyección del aumento del precio de venta debido a la inflación y la tasa de crecimiento de la población. Sin embargo, es importante tener en cuenta que otros factores pueden afectar las ventas, como la competencia y el cambio en la demanda del mercado. Por lo tanto, es recomendable monitorear de cerca estas variables para asegurarse de que el presupuesto de ventas sea realista y alcance sus objetivos.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.2. Costos de producción

“Polleras VIP”

Materia Prima directa

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 12-5: Materia prima directa

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
CANTIDAD DE METROS	864	892	920	950	980
Costo por metros (dólares)	\$ 17,00	\$ 17,64	\$ 18,30	\$ 18,98	\$ 19,69
Costo total	\$14.688,00	\$15.724,93	\$16.835,06	\$18.023,56	\$19.295,96

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias: La tela es terciopelo importado desde Corea.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.3. Mano de obra directa

“Polleras VIP”

Mano de obra directa

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 13-5: Mano de obra directa

TIPO DE MANO DE OBRA	2024	2025	2026	2027	2028
Personal de costura y bordado	\$5.820,00	\$6.037,67	\$6.263,48	\$6.497,73	\$6.740,75
Fondo de reserva	\$ 484,81	\$ 502,94	\$ 521,75	\$ 541,26	\$ 561,50
Aporte patronal	\$ 707,13	\$ 733,58	\$ 761,01	\$ 789,47	\$ 819,00
Décimo tercer sueldo	\$ 485,00	\$ 503,14	\$ 521,96	\$ 541,48	\$ 561,73
Décimo cuarto sueldo	\$ 475,00	\$ 500,00	\$ 518,70	\$ 538,10	\$ 558,22
Personal de detalles de la pollera	\$5.820,00	\$6.037,67	\$6.263,48	\$6.497,73	\$6.740,75
Aporte patronal	\$ 707,13	\$ 733,58	\$ 761,01	\$ 789,47	\$ 819,00
Fondo de reserva	\$ 484,81	\$ 502,94	\$ 521,75	\$ 541,26	\$ 561,50
Décimo tercer sueldo	\$ 485,00	\$ 503,14	\$ 521,96	\$ 541,48	\$ 561,73
Décimo cuarto sueldo	\$ 475,00	\$ 500,00	\$ 518,70	\$ 538,10	\$ 558,22
Costo total	\$5.943,87	\$16.554,64	\$17.173,79	\$17.816,09	\$18.482,41

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El pago a mano de obra directa está basado en la tabla sectorial de sueldos y salarios del Ecuador. Los sueldos de los trabajadores de costura y bordado, así como de detalles, se fijaron en base a la tabla sectorial y se proyectan para los años 2024 hasta 2028 con un ajuste por inflación del 3,74%, el fondo de reserva corresponde al 8,33%, aporte patronal corresponde al 11,5% y el décimo tercer sueldo corresponde a la 1/12 parte del total del sueldo percibido en el

año, y el décimo cuarto sueldo corresponde al 1/12 parte de la sumatoria del salario básico de todo el año.

Este presupuesto de pago a mano de obra directa es importante para garantizar que se cumplan los estándares de sueldo y salarios de la industria y se les paga justamente a los trabajadores. Además, se tienen en cuenta los ajustes por inflación para mantener una estructura salarial acorde al mercado. Sin embargo, es importante tener en cuenta que otros factores pueden afectar los sueldos, como los cambios en la legislación laboral. Por lo tanto, es recomendable monitorear de cerca estos factores y ajustar los sueldos de manera apropiada.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.4. Costos Indirectos Fabricación

Materia prima indirecta

“Polleras VIP”

Materia prima indirecta

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 14-5: Materia prima indirecta

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
Hilos	\$ 1.440,00	\$ 1.486,08	\$ 1.533,63	\$ 1.582,71	\$ 1.633,36
Pellón	\$ 432,00	\$ 445,82	\$ 460,09	\$ 474,81	\$ 490,01
Tela forro	\$ 864,00	\$ 891,65	\$ 920,18	\$ 949,63	\$ 980,01
Reata PASA	\$ 864,00	\$ 891,65	\$ 920,18	\$ 949,63	\$ 980,01
Costo total (dólares)	\$ 3.600,00	\$ 3.715,20	\$ 3.834,09	\$ 3.956,78	\$ 4.083,39

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El presupuesto de materiales indirectos para la producción de polleras VIP incluirá:

\$2 dólares por pollera en hilo

\$0,60 dólares por pollera en pellón

\$0,4 dólares por pollera en tela forro

\$0,4 dólares por pollera en reata

El costo total de los materiales indirectos se calculará multiplicando la cantidad de polleras producidas por año por el costo de cada uno de los materiales mencionados anteriormente.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por

“Polleras VIP”
 Servicios básicos
 Periodo 2023-2028
 Expresado en dólares

Tabla 15-5: Servicios básicos

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
ENERGIA ELECTRICA	\$ 360,00	\$ 373,46	\$ 387,43	\$ 401,92	\$ 416,95
Arriendo	\$ 300,00	\$ 311,22	\$ 322,86	\$ 334,93	\$ 347,46
Costo total	\$ 660,00	\$ 684,68	\$ 710,29	\$ 736,86	\$ 764,41

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El costo de energía eléctrica para la producción de polleras VIP se calculará multiplicando la cantidad de polleras producidas por año por 0,50 dólares por cada prenda. Este costo se incluirá en el presupuesto de producción y se actualizará anualmente de acuerdo con cualquier cambio en el precio de la energía eléctrica.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

“Polleras VIP”

Depreciaciones

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 16-5: Depreciaciones

RUBROS	VALOR (USD)	Valor residual	AÑOS VIDA UTIL (Años)	DEP. ANUAL (USD)
Maquina Bordadora Industrial Feiya CTF1201	6944	\$ 1.000,00	10	\$ 594,40
Maquina Bordadora Industrial Feiya CTF1201	6944	\$ 1.000,00	10	\$ 594,40
Maquina Bordadora Brother PR-1000	8000	\$ 1.000,00	10	\$ 700,00
Mesa	500	\$ 100,00	10	\$ 40,00
Computador HP de mesa	600	\$ 150,00	3	\$ 150,00
Maquina Recta	500	\$ 250,00	10	\$ 25,00
Máquina Recta	500	\$ 250,00	10	\$ 25,00
Máquina zigzag	1200	\$ 500,00	10	\$ 70,00
Plancha industrial	500	\$ 250,00	10	\$ 25,00
Total	25688	\$ 4.500,00		\$2.223,80

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

La empresa Polleras VIP ha calculado la depreciación de sus bienes con el método de línea recta. La tasa de depreciación es diferente para cada tipo de bien: inmuebles 5% anual, instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual, y equipos de cómputo y software 33% anual.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

“Polleras VIP”

Mantenimiento de maquinaria

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 17-5: Mantenimiento de maquinaria

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
Maquinarias	\$ 450,00	\$ 466,83	\$ 484,29	\$ 502,40	\$ 521,19
Valor total	\$ 450,00	\$ 466,83	\$ 484,29	\$ 502,40	\$ 521,19

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El costo anual del mantenimiento de las tres máquinas de la empresa Polleras VIP se estima en 150 dólares por máquina, lo que equivale a un total de 450 dólares al año. Este costo se verá afectado por la inflación del 3,74% a partir del año 2025, lo que significa que el costo del mantenimiento puede aumentar en el futuro. El CIF para el mantenimiento de las máquinas es crucial para garantizar el correcto funcionamiento de la maquinaria y garantizar la continuidad de la producción de polleras de alta calidad.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.5. Resumen de costos

“Polleras VIP”

Resumen de costos

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 18-5: Resumen de costos

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$14.688,00	\$15.724,93	\$16.835,06	\$18.023,56	\$19.295,96
MANO DE OBRA DIRECTA	\$15.943,87	\$16.554,64	\$17.173,79	\$17.816,09	\$18.482,41
COSTOS INDIRECTOS DE FAB.	\$ 6.933,80	\$ 7.090,51	\$ 7.252,47	\$ 7.419,84	\$ 7.592,80
VALOR TOTAL	\$37.565,67	\$39.370,08	\$41.261,31	\$43.259,48	\$45.371,17

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

La tabla de resumen de costos de fabricación de la empresa Polleras VIP es una herramienta que recopila y agrupa los diferentes costos que se generan durante la fabricación de sus productos. Esta tabla incluye los costos de materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, permitiendo tener una visión general y detallada de los costos totales de producción. Con esta información, la empresa puede tomar decisiones estratégicas para mejorar su eficiencia y rentabilidad.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.6. Gastos de Operación

“Polleras VIP”
Gastos administrativos
Periodo 2023-2028
Expresado en dólares

Tabla 19-5: Gastos administrativos

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
Gerente	\$ 14.400,00	\$14.938,56	\$15.497,26	\$16.076,86	\$16.678,13
Fondo de reserva	\$ 1.199,52	\$ 1.244,38	\$ 1.290,92	\$ 1.339,20	\$ 1.389,29
Aporte patronal	\$ 1.605,60	\$ 1.665,65	\$ 1.727,94	\$ 1.792,57	\$ 1.859,61
Décimo tercer sueldo	\$ 1.200,00	\$ 1.244,88	\$ 1.291,44	\$ 1.339,74	\$ 1.389,84
Décimo cuarto sueldo	\$ 475,00	\$ 500,00	\$ 687,00	\$ 712,69	\$ 739,35
Depreciaciones	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Útiles de oficina	\$ 120,00	\$ 124,80	\$ 129,79	\$ 134,98	\$ 140,38
Costo total	\$ 19.150,12	\$19.868,27	\$20.774,36	\$21.546,05	\$22.346,61

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Los sueldos y salarios administrativos incluyen el sueldo del Gerente de 800 dólares para el año 2024, con un aumento del 3,74% anual para considerar la inflación, el fondo de reserva corresponde al 8,33%, aporte patronal corresponde al 11,5% y el décimo tercer sueldo corresponde a la 1/12 parte del total del sueldo percibido en el año, y el décimo cuarto sueldo corresponde al 1/12 parte de la sumatoria del salario básico de todo el año.

La empresa también invierte mensualmente \$10 en útiles de oficina y se toma el valor de la inflación del 3,74% para calcular el precio proyectado hasta el 2028.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

“Polleras VIP”
 Gastos de ventas
 Periodo 2023-2028
 Expresado en dólares

Tabla 20-5: Gastos de ventas

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
Publicidad	\$ 1.440,00	\$ 1.493,86	\$ 1.549,73	\$ 1.607,69	\$ 1.667,81
Total, gastos de ventas	\$ 1.440,00	\$ 1.493,86	\$ 1.549,73	\$ 1.607,69	\$ 1.667,81

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Los gastos de ventas incluyen el costo de publicidad y promoción de los productos. En este caso, la empresa Polleras VIP ha planificado invertir 120 dólares anuales en publicidad, con el objetivo de dar a conocer sus productos a un público más amplio y atraer nuevos clientes. Además, el monto de la inversión en publicidad se irá incrementando de acuerdo a la inflación anual del 3,74%, para asegurarse de mantener un presupuesto adecuado para la promoción de sus productos.

Esta inversión en publicidad es una parte fundamental del plan de negocios de Polleras VIP, ya que le permitirá alcanzar un mayor alcance en el mercado y mejorar su posicionamiento en la industria. De esta manera, la empresa está invirtiendo en su futuro, asegurándose de que sus productos sean reconocidos y valorados en el mercado.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

“Polleras VIP”
Gastos financieros
Periodo 2023-2028
Expresado en dólares

Tabla 21-5: Gastos financieros

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
Interés del préstamo	\$ 659,68	\$ 520,80	\$ 381,92	\$ 243,04	\$ 104,16
Gasto total interés préstamo	\$ 659,68	\$ 520,80	\$ 381,92	\$ 243,04	\$ 104,16

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El proyecto de POLLERAS VIP tendrá una estructura financiera sólida, con un capital propio y un capital ajeno obtenido de un banco con una tasa de interés competitiva del 11%.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.7. Resumen de gastos operativos

“Polleras VIP”

Resumen de gastos operativos

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 22-5: Resumen de gastos operativos

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.150,12	\$19.868,27	\$20.774,36	\$21.546,05	\$22.346,61
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.440,00	\$ 1.493,86	\$ 1.549,73	\$ 1.607,69	\$ 1.667,81
GASTOS FINANCIEROS	\$ 659,68	\$ 520,80	\$ 381,92	\$ 243,04	\$ 104,16
VALOR TOTAL	\$ 21.249,80	\$21.882,93	\$ 2.706,01	\$ 3.396,77	\$ 4.118,58

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Los gastos administrativos incluyen los costos relacionados con la gestión de la empresa, como los salarios y los gastos generales. Los gastos de ventas incluyen los costos relacionados con la promoción de productos de la empresa. Los gastos financieros incluyen los costos asociados con la obtención y el uso del financiamiento, como intereses y comisiones bancarias.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.8. Estado de resultados y flujos de caja

“Polleras VIP”

Estado de resultados

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 23-5: Estado de resultados

DETALLE	2024	2025	2026	2027	2028
VENTAS	\$ 61.920,00	\$ 66.291,35	\$ 70.971,31	\$ 75.981,66	\$ 81.345,72
MENOS COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 37.565,67	\$ 39.370,08	\$ 41.261,31	\$ 43.259,48	\$ 45.371,17
IGUAL UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 24.354,33	\$ 26.921,27	\$ 29.710,00	\$ 32.722,18	\$ 35.974,55
MENOS GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 21.249,80	\$ 21.882,93	\$ 22.706,01	\$ 23.396,77	\$ 24.118,58
IGUAL A LA UTILIDAD ANTES DE PART E IMP.	\$ 3.104,53	\$ 5.038,34	\$ 7.004,00	\$ 9.325,41	\$ 11.855,97
MENOS PARTICP. TRABAJADORES (0%)	\$ -				
IGUAL A LAS UTILIDADES ANTES DE IMPUESTO RENTA	\$ 3.104,53	\$ 5.038,34	\$ 7.004,00	\$ 9.325,41	\$ 11.855,97
MENOS IMPUESTO A LA RENTA (0%)	\$ -				
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 3.104,53	\$ 5.038,34	\$ 7.004,00	\$ 9.325,41	\$ 11.855,97
MAS DEPRECIACIONES	\$ 2.223,80	\$ 2.223,80	\$ 2.223,80	\$ 2.223,80	\$ 2.223,80
MAS AMORTIZACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MÁS VALOR RESIDUAL					
MENOS CAPITAL DEL PRÉSTAMO	\$ 1.388,80	\$ 1.388,80	\$ 1.388,80	\$ 1.388,80	\$ 1.388,80
FLUJO NETO DE FONDOS (FLUJO DE CAJA)	\$ 3.939,53	\$ 5.873,34	\$ 7.839,00	\$ 10.160,41	\$ 12.690,97

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Pequeñas y medianas empresas (Pymes): Según la ley, las Pymes no están obligadas a cancelar participación a sus trabajadores por ende no se deduce ese valor de la utilidad bruta, de igual manera, la misma ley aplica en el pago del impuesto a la renta.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

“Polleras VIP”

Flujo de caja

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 24-5: Flujo de caja

	AÑOS	FLUJO DE FONDOS	
0	2024	-15453	-11514
1	2024	3940	
2	2025	5873	
3	2026	7839	
4	2027	10160	
5	2028	12691	

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias: El análisis de los flujos de caja proyectados de la empresa Polleras VIP indica que en el año 2024 la empresa tuvo un flujo de caja negativo de -11514, lo que significa que hubo más salidas de efectivo que entradas, el motivo de esto es las inversiones realizadas.

En los años siguientes (2025 a 2028), los flujos de caja proyectados son positivos, lo que sugiere que la empresa tendrá más entradas de efectivo que salidas. Especialmente en los años 2026 a 2028, los flujos de caja proyectados son considerables, lo que es una señal positiva para la empresa.

En general, los flujos de caja proyectados muestran una tendencia positiva en los años futuros, lo que puede indicar una buena perspectiva financiera para la empresa. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los flujos de caja proyectados son solo una proyección y pueden variar dependiendo de diversos factores. Por lo tanto, es importante monitorear constantemente los flujos de caja reales para verificar si se están cumpliendo las expectativas.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.9. Valor Actual Neto

“Polleras VIP”
Valor Actual Neto
Periodo 2023-2028
Expresado en dólares

Tabla 25-5: Valor Actual Neto

	AÑOS	FLUJOS DE CAJA	VALOR ACTUAL NETO
0	2024	-15453	-15453
1	2024	3940	3581
2	2025	5873	4854
3	2026	7839	5890
4	2027	10160	6940
5	2028	12691	7880
		VAN	13691

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

El VAN de 13.691 producto de los flujos de caja proyectados para la empresa Polleras VIP sugiere que la inversión en la empresa generará un valor presente de 13.691 en el momento actual. Esto significa que la inversión en la empresa generará un retorno suficiente para cubrir el costo de la inversión y proporcionar una ganancia adicional.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el VAN es solo una estimación y puede ser influenciado por diversos factores, como la precisión de los flujos de caja proyectados y la tasa de descuento utilizada. Por lo tanto, es importante realizar un análisis detallado antes de tomar una decisión de inversión basada en el VAN.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.10. Tasa Interna de Retorno

“Polleras VIP”

Tasa Interna de Retorno

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 26-5: Tasa Interna de Retorno

AÑOS	2024	2025	2026	2027	2028
VALORES FUTUROS	3940	5873	7839	10160	12691
VALORES PRESENTES	3581	4854	5890	6940	7880
TIRF		34,30%			

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Un TIR del 34,30% para la empresa Polleras VIP sugiere que la inversión en la empresa generará un retorno del 34,30% sobre el costo de la inversión. Esto significa que la inversión en la empresa es rentable y proporcionará una ganancia atractiva para la empresa POLLERAS VIP, cubriendo el costo de oportunidad del dinero y el interés del crédito.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.11. *Relación beneficio costo*

“Polleras VIP”

Relación beneficio costo

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 27-5: Relación beneficio costo

	AÑOS	INGRESOS FUTUROS	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS FUTUROS	EGRESOS ACTUALES
2024	1	\$ 61.920,00	\$ 56.290,91	\$ 58.815,47	\$ 53.468,61
2025	2	\$ 66.291,35	\$ 54.786,24	\$ 61.253,01	\$ 50.622,32
2026	3	\$ 70.971,31	\$ 53.321,80	\$ 63.967,31	\$ 48.059,59
2027	4	\$ 75.981,66	\$ 51.896,50	\$ 66.656,25	\$ 45.527,12
2028	5	\$ 81.345,72	\$ 50.509,29	\$ 69.489,75	\$ 43.147,67
			\$ 266.804,74		\$ 240.825,31

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO \$ 1,11

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Un resultado de 1,11 para la relación costo-beneficio del proyecto Polleras VIP sugiere que el proyecto generará \$1,11 de ingresos por cada dólar de costo. Esto indica una inversión rentable, ya que los ingresos superan los costos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el resultado de la relación costo-beneficio puede ser influenciado por diversos factores, como la precisión de los costos y los ingresos proyectados, por lo que es importante realizar un análisis detallado antes de tomar una decisión de inversión basada en este indicador.

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.12. Punto de equilibrio

“Polleras VIP”

Punto de equilibrio

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 28-5: Punto de equilibrio

Detalle	2024	2025	2026	2027	2028
Costo Fijo por pollera	\$ 52,17	\$ 52,99	\$ 53,81	\$ 54,67	\$ 55,56
Costo variable anual x unidad	\$ 21.249,80	\$ 21.882,93	\$ 22.706,01	\$ 23.396,77	\$ 24.118,58
Precio unitario	\$ 86,00	\$ 89,22	\$ 92,55	\$ 96,01	\$ 99,61
PUNTO DE EQUILIBRIO (productos)	628	604	586	566	548

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

La empresa Polleras VIP debe producir 628 polleras anuales para mantener sus costos

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

5.1.5.13. *Análisis de sensibilidad*

“Polleras VIP”

Análisis de sensibilidad VAN

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 29-5: Análisis de sensibilidad VAN

Escenarios	Inversión inicial	2024	2024	2026	2027	2028
Cantidad (Polleras al año)		600	619	639	659	680
Pesimista	\$-15.453,24	\$ -3.272,47	\$-1.872,95	\$ -480,13	\$ 1.227,17	\$ 3.099,40
Cantidad (Polleras al año)		720	743	766	791	816
Real	\$-15.453,24	\$ 3.939,53	\$5.873,34	\$ 7.839,00	\$ 10.160,41	\$ 12.690,97
Cantidad (Polleras al año)		\$ 800,00	\$ 825,60	\$ 852,02	\$ 879,28	\$ 907,42
Optimista	\$-15.453,24	\$ 8.747,53	\$ 11.037,54	\$ 13.385,08	\$ 16.115,90	\$ 19.085,35

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias:

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

“Polleras VIP”

Análisis de sensibilidad TIR

Periodo 2023-2028

Expresado en dólares

Tabla 30-5: Análisis de sensibilidad TIR

Pesimista	-31%
Real	34%
Optimista	68%

Realizado por: Sanaguaray, Jhofre, 2023

Notas aclaratorias: En base al Valor Actual Neto proyectado en el análisis de sensibilidad de los 3 escenarios, se obtuvo la tasa interna de retorno de los 3 escenarios

Firmas de responsabilidad

Jhofre Sanaguaray

Realizado por:

Fernando Esparza

Aprobado por:

CONCLUSIONES

La empresa "Polleras VIP" requería de una inversión para mejorar su capacidad de producción y satisfacer la demanda del mercado. El presente proyecto de inversión contempló un estudio de mercado, técnico, económico y financiero que permitió determinar la mejor estrategia para la empresa.

Los objetivos específicos del proyecto fueron cumplidos y se logró determinar la ubicación óptima y la estructura organizacional adecuada para la empresa. Además, se establecieron las inversiones y financiamientos necesarios para el proyecto y se evaluó la utilidad y rentabilidad del mismo.

Los indicadores financieros obtenidos muestran un VAN positivo de 14429 y un TIR del 25,62%, lo que demuestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Además, se obtuvo un resultado positivo de 1,09 en la relación costo-beneficio del proyecto.

La marca "Polleras VIP" debería enfocarse en mejorar y destacar la calidad de sus productos, ya que este aspecto es crucial para los clientes. Además, la personalización y la exclusividad también pueden ser atributos valiosos para destacar y ofrecer una experiencia única a los clientes

En cuanto a la preferencia de lugar de distribución, se puede observar que la mayoría de los encuestados prefiere comprar en el local de la empresa ubicado en el cantón Alausí. Por lo tanto, es importante para la empresa destacar su presencia en este lugar y mejorar su experiencia de compra para atraer más clientes.

RECOMENDACIONES

La empresa “Polleras VIP” debería llevar a cabo la inversión necesaria para mejorar su capacidad de producción y satisfacer la demanda del mercado, de acuerdo con los resultados del estudio de mercado, técnico, económico y financiero realizado.

La empresa debería implementar la estructura organizacional adecuada y ubicación óptima determinada en el proyecto, así como buscar las inversiones y financiamientos necesarios para su implementación.

La empresa debería aprovechar los indicadores financieros positivos obtenidos, incluyendo el VAN y TIR, y los resultados positivos en la relación costo-beneficio, para tomar decisiones acertadas sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

La empresa debería enfocarse en mejorar y destacar la calidad de sus productos, ya que este aspecto es crucial para los clientes. Además, la empresa debería explorar la posibilidad de ofrecer opciones de personalización y exclusividad para destacarse y brindar una experiencia única a los clientes.

La empresa debería destacar su presencia en el local de la empresa ubicado en el cantón Alausí y mejorar la experiencia de compra para atraer más clientes, dado que la mayoría de los encuestados prefiere comprar en este lugar.

Se recomienda a futuros investigadores que tengan en cuenta la importancia de la realización de un estudio de mercado, técnico, económico y financiero exhaustivo para la formulación de proyectos de inversión. Además, se sugiere tomar en consideración los resultados obtenidos en la presente investigación, ya que pueden ser un punto de referencia para futuros estudios similares, así como también, pueden ayudar a mejorar y desarrollar nuevos proyectos en el ámbito textil.

BIBLIOGRAFIA

- Araujo, D. (2012). *Análisis, formulación y evaluación práctica* (Editorial Trillas, Ed.; Vol. 1).
- Cáceres, J. (2021). *Determinantes del éxito en los emprendimientos registrados en el Municipio de Riobamba periodo 2017-2019*. (Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo). Recuperado de:
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7712/1/8.%20TESIS%20FINAL%20JESSICA%20CACERES-%20ECO.pdf>
- Carrillo, D., Vega, V., & Navas, S. (2019). *Formulación y Evaluación De Proyectos De Inversión*.
- Chaparro, N., Díaz Gina, Martínez, L., & Osorio, L. (2018). *Propuesta creación de boutique Divas's Strong*. (Tesis de grado, Universidad Piloto de Colombia). Recuperado de:
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/4702/00004976.pdf?sequence=1>
- Chuindia, J. (2022). *Diseño de un estudio organizacional para el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Huamboya, período 2020*. (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de:
<http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/17746/1/12T01562.pdf>
- Córdova, M. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos* (Ecoe Ediciones).
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*.
https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Diario Del Exportador. (2020). *La demanda: definición y tipos* .
<https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html#>
- Esparza, J. (2018). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Recuperado de:
http://enciclopedia_universal.esacademic.com/1522/Mercado
- Flores, J. (2006). *Proyecto de inversión para las PYME* (Primera edición).
- Flóres, J. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME* (Segunda edición).
- Frederick, D. (2018a). *¿Qué es la misión empresarial? - Características y ejemplos*.
Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/mision/>
- Frederick, D. (2018b). *¿Qué es la visión empresarial? - Características y ejemplos*. Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/vision/>
- Gómez, S. (2019). *Metodología de la investigación* (Tlalnepantla).
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición). Recuperado de:
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Iglesias, J. (2015). *El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal*. Recuperado de:
https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/369847/Tesi_Jordi_Iglesias.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Fascículo provincial Chimborazo*. Recuperado de:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>
- Landázuri, D. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora y distribuidora de embutidos cárnicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura*.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*.
https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Ley De Régimen Tributario Interno, LRTI, (2018). Recuperado de:
<https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- Mendez, R. (2016). *Formulación y Evaluación de Proyectos Enfoque para Emprendedores*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/130459>
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación*.
- Pacheco, C., & Pérez, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (Segunda edición). Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/116948>
- Paguay, A. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de bloques a base de plástico triturado en la ciudad del Puyo Provincia de Pastaza para el año 2022* (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica De Chimborazo). Recuperado de:
<http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/16328/1/22T0785.pdf>
- Pérez, A. (2021, mayo 26). *Elementos claves en la estructura de un proyecto | OBS Business School*. Recuperado de:
<https://www.obsbusiness.school/blog/elementos-claves-en-la-estructura-de-un-proyecto>
- Pérez, J. (2020). *Proyecto de inversión para la creación del complejo turístico D'kanu en la parroquia San Luis cantón Riobamba* (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica De Chimborazo). Recuperado de:
<http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/13974/1/102T0320.pdf>
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*.
- Portilla, M., Hernández, A., Arévalo, H., & Bastidas, G. (2017). *Proyecto de Inversión para la Comercialización de Ropa en el Cantón Milagro*. Recuperado de:
https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/17124/1/TESIS_RESUMEN.pdf

- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión*.
- Salvador, L., Jurado, R., Rodríguez, P., Revelo, R., & Haro, E. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión*.
- Santana, L. (2017). *La importancia de los proyectos de inversión y análisis de factibilidad para la implementación de un negocio*. (Tesis de grado, Universidad Técnica de Machala). Recuperado de:
http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9836/1/EXAMEN_COMPLEXIVOD E00110.pdf
- Sapag, C. (2010). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación*.
- Solano, K. (2022). *Diseño de un plan estratégico para la empresa Millon Roses Millonroses s.a. para la provincia de pichincha cantón Cayambe*. (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de:
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/17436/1/12T01478.pdf>
- Suárez, R. (2019). *Formulación y Evaluación de proyectos*.
- Vázquez, G. (2022, octubre 15). *¿Qué son las técnicas de investigación?* Recuperado de:
<https://tesisymasters.com.co/tecnicas-de-investigacion/>
- Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyectos de inversión un enfoque práctico*. Recuperado de:
<http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf>





espoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 18 / 08 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JHOFRE ADRIAN SANAGUARAY PEREZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.


DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS DEL APRENDIZAJE
UNIVERSIDAD ESPOL
Ing. Jhonatan Rodrigo Uquillas MBA
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

1617-DBRA-UPT-2023