

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA NUEVA
SUCURSAL DE LA EMPRESA COPPOLA, DEDICADA A LA CONFECCIÓN
DE PRENDAS DE VESTIR PARA TRABAJO EN EL SECTOR SUR DE LA
CIUDAD DE QUITO.

AUTORES:

AMPARO CRISTINA JÁCOME MENA
STALIN FERNANDO MUÑOZ PANTOJA

DIRECTOR:

CARLOS IZQUIERDO

Quito, febrero del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACION DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, febrero del 2014

Amparo Cristina Jácome Mena
CI: 172096989-6

Stalin Fernando Muñoz Pantoja
CI: 171659441-9

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico en primer lugar a Dios, ya que siempre ha sido mi guía, me ha dado las fuerzas y sabiduría necesarias para culminar mis metas y de manera especial se la dedico además a mis Padres y mi hermano, ya que con su paciencia, empuje, amor, comprensión y apoyo necesarios hicieron posible alcanzar ésta meta.

Cristina Jácome.

La presente tesis se la dedico a Dios y a la Virgen Dolorosa, a mi padre y hermano por el apoyo y confianza que me han brindado con todo lo concerniente al cumplimiento de mis objetivos y metas como persona, estudiante y en general dedicar igualmente a todos/as y cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de esta tesis.

Stalin Muñoz.

AGRADECIMIENTO

De manera especial nuestro agradecimiento conjunto va dirigido a la Universidad Politécnica Salesiana, institución educativa superior que nos acogió durante todo el tiempo en el cual adquirimos nuestros conocimientos y desarrollamos nuestra carrera, agradecemos de manera especial y sincera al Ms. Economista Carlos Izquierdo al habernos aceptado para realizar el desarrollo de tesis bajo su dirección, su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas, ha sido un aporte invaluable no solamente en el desarrollo de este trabajo, sino también en nuestra formación como investigadores, agradecer además a los amigos y familiares quienes de una u otra manera nos supieron aconsejar, guiar y compartir sus conocimientos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
ASPECTOS GENERALES.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Reseña histórica de la empresa Coppola.....	3
1.3. Base legal.....	4
1.4. Problema de investigación.....	6
1.5. Justificación.....	7
1.6. Objetivo.....	7
1.6.1. Objetivo general.....	7
1.6.2. Objetivos específicos.....	8
1.7. Resultados y metas.....	8
1.8. Metodología de la investigación.....	9
1.9. Fuentes primarias.....	10
1.10. Fuentes secundarias.....	10
1.11. Instrumento de recolección de datos.....	10
1.12. Técnicas de procesamiento de datos.....	11
1.13. Base teórica.....	12
CAPÍTULO II	
ESTUDIO DE MERCADO.....	16
2.1. Mercado.....	16
2.2. Objetivo del estudio de mercado.....	16
2.2.1. Objetivo general.....	16
2.2.2. Objetivos específicos.....	16

2.3. Análisis de la demanda.....	17
2.3.1. Definición y diferenciación del producto.....	17
2.3.2. Descripción de la materia prima.....	22
2.3.3. Determinación del mercado objetivo.....	23
2.3.4. Determinación del tamaño de la muestra.....	24
2.4. Investigación de mercado.....	26
2.4.1. Diseño del plan de investigación.....	26
2.4.2 Diseño del formato de la encuesta.....	26
2.4.3 Procesamiento y análisis de la información.....	29
2.5. Análisis de la demanda del mercado objetivo.....	58
2.5.1. Demanda actual.....	59
2.5.2. Proyección de la demanda.....	60
2.6. Análisis de la oferta.....	63
2.6.1. Oferta actual.....	64
2.6. 2. Proyección de la oferta.....	65
2.7. Determinación de la demanda insatisfecha.....	65
2.8. Estrategias de marketing.....	66
2.8.1. Estrategias del producto y/o servicio.....	67
2.8.2. Estrategias de precios.....	68
2.8.3. Estrategias de plaza (distribución).....	70
2.8.4. Estrategias de promoción.....	71

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO.....	73
3.1. Estudio técnico del proyecto.....	73
3.2. Tamaño del proyecto.....	74
3.2.1. Factores determinantes del proyecto.....	74

3.2.1.1. El mercado.....	74
3.2.1.2. Disponibilidad de recursos financieros.....	75
3.2.1.3. Disponibilidad de mano de obra.....	75
3.2.1.4. Disponibilidad de insumos y materia prima.....	76
3.2.1.5. Disponibilidad de tecnología.....	76
3.2.2. Capacidad de producción.....	77
3.2.2.1. Tamaño óptimo.....	77
3.3. Localización del proyecto.....	77
3.3.1. Macro localización.....	77
3.3.2. Micro localización.....	78
3.3.2.1. Factores para determinar la micro localización del proyecto.....	79
3.4. Ingeniería del proyecto.....	81
3.4.1. Proceso de producción.....	82
3.4.2. Diagrama de flujo.....	82
3.4.2.1. Descripción del proceso de producción.....	84
3.4.3. Requerimiento de materia prima e insumos.....	86
3.4.4. Requerimiento de maquinaria, enseres y equipos.....	87
3.4.5. Requerimiento mano de obra.....	93
3.4.6. Distribución de la planta.....	93
3.4.6.1. Espacio requerido para la distribución de la planta.....	95
3.4.6.2. Distribución interna de las instalaciones de la planta.....	97
3.5. La empresa y su organización.....	98
3.5.1. La empresa.....	98
3.5.2. Nombre o razón social.....	98
3.6. Estructura administrativa y organizacional.....	99
3.6.1. Estructura orgánica y organigrama estructural.....	100
3.6.2. Descripción de funciones.....	101

3.7. Base legal para el funcionamiento de la nueva sucursal.....	103
3.8. Base filosófica de la empresa.....	104
3.8.1. Misión.....	104
3.8.2. Visión.....	104
3.8.3. Principios y valores.....	105
3.8.4. Objetivo general.....	106
3.8.4.1. Objetivos específicos.....	106

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO.....	107
4.1. Estudio financiero del proyecto.....	107
4.2. Objetivos.....	108
4.2.1. Objetivo general del estudio financiero.....	108
4.2.2. Objetivos específicos.....	108
4.3. Presupuesto.....	108
4.3.1. Inversión del proyecto.....	109
4.4. Activo.....	110
4.4.1. Activo corriente.....	110
4.4.2. Activo no corriente.....	110
4.5. Depreciación de activos fijos.....	112
4.6. Suministros de la empresa.....	114
4.7. Bienes de control administrativo.....	115
4.8. Capital de trabajo.....	115
4.9. Financiamiento del proyecto.....	118
4.10. Cronograma de inversión.....	121
4.11. Costos operacionales y no operacionales.....	122
4.11.1. Compra de materia prima neta.....	123

4.11.2. Materiales directos.....	124
4.11.3. Servicios básicos.....	126
4.11.4. Sueldos y salarios del personal de la empresa.....	126
4.12. Estructura de costos operacionales y no operacionales.....	128
4.13. Inventario de materia prima.....	131
4.14. Inventario de productos en proceso y productos terminados.....	132
4.15. Estado de costos de producción y ventas.....	132
4.16. Determinación del precio.....	134
4.17. Proyección de ventas.....	135
4.18. Punto de equilibrio.....	137
4.19. Estados financieros.....	139
4.19.1. Estado de resultados.....	139
4.19.2. Estado de flujo de efectivo.....	142
4.19.3. Balance general.....	142

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA.....	148
5.1. Introducción.....	148
5.2. Objetivo.....	148
5.3. Determinación de la tasa de descuento.....	148
5.4. Valor actual neto (VAN).....	150
5.5. Tasa interna de retorno (TIR).....	153
5.6. Relación costo beneficio (RCB).....	155
5.7. Periodo de recuperación de la inversión.....	156
5.8. Impacto socio-económico.....	158

CONCLUSIONES.....	160
RECOMENDACIONES.....	162
LISTA DE REFERENCIAS.....	164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Empresas industriales.....	25
Tabla N° 2. Datos para la determinación de la muestra.....	25
Tabla N° 3. Tabulación pregunta No. 1 ¿Cómo empresa del sector industrial requiere del servicio de confección de prendas de trabajo para la seguridad de personal.....	29
Tabla N° 4. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra pantalones trabajo en tela ripstop.....	30
Tabla N° 5. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de pantalones trabajo en tela ripstop.....	31
Tabla N° 6. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra pantalones trabajo en tela jean.....	32
Tabla N° 7. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de pantalones trabajo en tela jean.....	33
Tabla N° 8. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra camisas formales.....	34
Tabla N° 9. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de camisas formales.....	35
Tabla N° 10. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra camisetas de algodón.....	36
Tabla N° 11. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de camisetas.....	37
Tabla N° 12. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra overoles en ripstop.....	38
Tabla N° 13. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de overoles en ripstop.....	39
Tabla N° 14. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra overoles en gabardina.....	40
Tabla N° 15. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de overoles en gabardina.....	41
Tabla N° 16. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra ponchos agua/impermeables.....	42

Tabla N° 17. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de ponchos agua/impermeables.....	43
Tabla N° 18. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra terno chubasquero.....	44
Tabla N° 19. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra terno chubasquero.....	45
Tabla N° 20. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra mandiles.....	46
Tabla N° 21. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra mandiles.....	47
Tabla N° 22. Tabulación pregunta No. 2 Frecuencia de compra chalecos reflectantes.....	48
Tabla N° 23. Tabulación pregunta No. 2 Precio pagado por la compra de chalecos reflectantes.....	49
Tabla N° 24. Tabulación pregunta No. 3 ¿Cómo califica el servicio de la empresa que lo atendió en su última adquisición?.....	50
Tabla N° 25. Tabulación pregunta No. 4 ¿Indique por qué razones se siente satisfecho, de la compra realizada de los productos antes mencionados?.....	51
Tabla N° 26. Tabulación pregunta No. 5 En base a las siguientes condiciones. ¿Qué motivó la compra de las prendas de trabajo?.....	53
Tabla N° 27. Tabulación pregunta No. 6 Si tuviera que realizar otra compra ¿Regresaría a la misma empresa donde adquirió sus productos?.....	54
Tabla N° 28. Tabulación pregunta No. 7 ¿Cuándo usted desea el servicio de confección de prendas de vestir para trabajo industrial porque medio lo hace?.....	55
Tabla N° 29. Tabulación pregunta No. 8 ¿Si se le ofreciera calidad, garantía y entrega a tiempo de sus prendas de trabajo estaría dispuesto a cambiar?.....	56
Tabla N° 30. Tabulación pregunta No. 9 ¿Si se creara, en el sur de Quito una sucursal que ofrece prendas de trabajo de seguridad industrial de calidad con mejores beneficios, estaría dispuesto/a a incluirlo dentro de sus nuevas alternativas de opción de compra?.....	57
Tabla N° 31. Mercado potencial del proyecto.....	59
Tabla N° 32. Demanda total anual real.....	59
Tabla N° 33. Proyección de la demanda.....	62

Tabla N° 34. Oferta actual.....	64
Tabla N° 35. Proyección de la oferta.....	65
Tabla N° 36. Demanda insatisfecha.....	65
Tabla N° 37. Participación estimada de mercado de la empresa COPPOLA.....	66
Tabla N° 38. Matriz locacional método de implantación óptima por puntos.....	80
Tabla N° 39. Tiempos en los procesos de producción de las prendas de trabajo.....	85
Tabla N° 40. Requerimiento materia prima e insumos.....	86
Tabla N° 41. Requerimiento de maquinaria, enseres y equipo.....	87
Tabla N° 42. Espacio requerido para la maquinaria.....	95
Tabla N° 43. Distribución física del local.....	96
Tabla N° 44. Personal y mano de obra requerida para la puesta en marcha del proyecto.....	99
Tabla N° 45. Organigrama estructural de la sucursal.....	100
Tabla N° 46. Inversión del proyecto.....	109
Tabla N° 47. Resumen de inversión del proyecto.....	110
Tabla N° 48. Activos fijos.....	111
Tabla N° 49. Porcentaje de depreciaciones.....	112
Tabla N° 50. Depreciación maquinaria y equipo.....	112
Tabla N° 51. Depreciación muebles y enseres.....	113
Tabla N° 52. Depreciación equipo de oficina.....	113
Tabla N° 53. Depreciación equipo de cómputo.....	113
Tabla N° 54. Resumen depreciaciones de activos fijos.....	113
Tabla N° 55. Resumen depreciaciones acumuladas de activos fijos.....	114
Tabla N° 56. Suministros de la empresa.....	114
Tabla N° 57. Bienes de control administrativo.....	115
Tabla N° 58. Capital de trabajo.....	117
Tabla N° 59. Cuadro comparativo del préstamo.....	118

Tabla N° 60. Financiamiento banco nacional de fomento.....	119
Tabla N° 61. Tabla de amortización del crédito.....	120
Tabla N° 62. Resumen por años capital e interés.....	121
Tabla N° 63. Compra de materia prima neta mensual.....	123
Tabla N° 64. Compra de materia prima neta anual y proyección.....	123
Tabla N° 65. Compra de materiales directos mensual.....	124
Tabla N° 66. Compra de materiales directos proyectado por años.....	125
Tabla N° 67. Costo de servicios básicos.....	126
Tabla N° 68. Rol de pagos de mano de obra directa.....	127
Tabla N° 69. Rol de pagos de mano de obra indirecta.....	127
Tabla N° 70. Rol de pagos personal administrativo.....	127
Tabla N° 71. Rol de pagos personal de ventas.....	128
Tabla N° 72. Resumen de sueldos y salarios.....	128
Tabla N° 73. Estructura de costos operacionales proyectados.....	129
Tabla N° 74. Estructura de costos no operacionales.....	130
Tabla N° 75. Inventario de materia prima.....	131
Tabla N° 76. Estado de producción y ventas.....	133
Tabla N° 77. Resumen de costos y gastos.....	134
Tabla N° 78. Determinación del precio.....	135
Tabla N° 79. Proyección de ventas.....	136
Tabla N° 80. Determinación del punto de equilibrio.....	138
Tabla N° 81. Estado de resultados sin financiamiento.....	140
Tabla N° 82. Estado de resultados con financiamiento.....	141
Tabla N° 83. Estado de flujo de efectivo sin financiamiento.....	143
Tabla N° 84. Estado de flujo de efectivo con financiamiento.....	144
Tabla N° 85. Balance general sin financiamiento.....	145
Tabla N° 86. Balance general con financiamiento.....	146

Tabla N° 87. TMAR sin financiamiento.....	149
Tabla N° 88. TMAR con financiamiento.....	149
Tabla N° 89. VAN sin financiamiento.....	151
Tabla N° 90. VAN con financiamiento.....	152
Tabla N° 91. TIR sin financiamiento.....	153
Tabla N° 92. TIR con financiamiento.....	154
Tabla N° 93. Relación costo beneficio sin financiamiento.....	155
Tabla N° 94. Relación costos beneficio con financiamiento.....	156
Tabla N° 95. Periodo de recuperación de la inversión sin financiamiento.....	157
Tabla N° 96. Período de recuperación de la inversión con financiamiento.....	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1. Pregunta N°1 ¿Cómo empresa del sector industrial requiere del servicio de confección de prendas de trabajo para la seguridad del personal?.....	29
Gráfico N°2. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual pantalones de trabajo en tela ripstop.....	30
Gráfico N°3. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de pantalones de trabajo en tela ripstop.....	31
Gráfico N°4. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual pantalones de trabajo en tela jean.....	32
Gráfico N°5. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de pantalones de trabajo en tela jean.....	33
Gráfico N°6. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual camisas formales.....	34
Gráfico N°7. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de camisas formales.....	35
Gráfico N°8. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual de camisetas de algodón.....	36
Gráfico N°9. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de camisetas de algodón.....	37
Gráfico N°10. Pregunta N°2 Frecuencia de compra de overoles en tela ripstop.....	38
Gráfico N°11. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de overoles en tela ripstop.....	39
Gráfico N°12. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual de overoles en gabardina.....	40
Gráfico N°13. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de overoles en gabardina.....	41
Gráfico N°14. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual ponchos de agua/impermeable.....	42
Gráfico N°15. Pregunta N° 2 Precio pagado por la compra de ponchos de agua/impermeables.....	43
Gráfico N°16. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual terno chubasquero.....	44

Gráfico N°17. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de terno chubasquero.....	45
Gráfico N°18. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual mandiles.....	46
Gráfico N°19. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de mandiles.....	47
Gráfico N°20. Pregunta N°2 Frecuencia de compra y volumen de compra anual chalecos reflectantes.....	48
Gráfico N°21. Pregunta N°2 Precio pagado por la compra de chalecos reflectantes.....	49
Gráfico N°22. Pregunta N°3 ¿Cómo califica el servicio de la empresa que lo atendió en su última adquisición?.....	50
Gráfico N°23. Pregunta N°4 ¿Indique por qué razones se siente satisfecho, de la compra realizada de los productos antes mencionados?.....	51
Gráfico N°24. Pregunta N°5 En base a las siguientes condiciones ¿Qué motivo la compra de las prendas de trabajo?.....	53
Grafico N°25. Pregunta N°6 Si tuviera que realizar otra compra ¿Regresaría a la misma empresa donde adquirió sus productos?.....	54
Grafico N°26. Pregunta N°7 ¿Cuándo usted desea el servicio de confección de prendas de vestir para trabajo industrial porque medio lo hace?.....	55
Grafico N°27. Pregunta N°8 ¿Si se le ofreciera calidad, garantía, y entrega a tiempo de sus prendas de trabajo estaría dispuesto a cambiar?.....	56
Grafico N°28. Pregunta N°9 ¿Si se creara, en el sur de Quito una sucursal que ofrece prendas de trabajo de seguridad industrial de calidad con mejores beneficios, estaría dispuesto/a incluir dentro de sus nuevas alternativas de opción de compra?.....	57
Grafico N°29. Tamaño de las empresas textiles.....	63
Grafico N°30. Canal de distribución directo.....	71
Grafico N°31. Mapa de la ubicación de la ciudad de Quito.....	78
Grafico N°32. Diagrama de flujo proceso de producción.....	83
Grafico N°33. Representación punto de equilibrio.....	138

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad crear una nueva sucursal de la empresa Coppola, dedicada a la confección de prendas de vestir para trabajo en el sector sur de la ciudad de Quito, para alcanzar dicho objetivo se ha realizado un estudio de factibilidad donde se analiza si el proyecto es rentable o no.

En la actualidad el sector textil ecuatoriano está viviendo un proceso de transformación hacia una mayor industrialización y una reducción de los costos para poder competir en el mercado nacional e internacional.

Coppola es una empresa que a través de los años ha buscado no solo la variedad de sus productos, sino también expandirse en tamaño, de ésta manera busca la creación de una nueva sucursal en el sur de Quito, con el fin de cubrir la demanda actual existente en ésta zona y brindar un mejor servicio abasteciendo de mejor manera a los nuevos clientes.

A través de un estudio de mercado se recopiló, analizó, cuantificó y se proyectó el porcentaje de la demanda que se pretende cubrir con el proyecto.

El estudio técnico tuvo como propósito encontrar ¿Cómo? y ¿Con qué? se implementará el proyecto, estableciendo el tamaño, la localización y distribución de la empresa, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos.

Para efectos de la apertura de la nueva sucursal se llevará a cabo todas las acciones del negocio para su normal funcionamiento en base al cumplimiento cabal de las disposiciones legales y reglamentarias.

El estudio financiera nos ayudará a conocer la inversión que se deberá realizar para que el proyecto se ponga en marcha, en cambio la evaluación financiera nos garantizará la factibilidad del proyecto, rentabilidad y viabilidad.

ABSTRACT

This research aims to create a new branch office Coppola, engaged in the manufacture of garments for work in the southern sector of the city of Quito , to achieve this objective has made a feasibility study which examines whether the project is profitable or not.

Today the Ecuadorian textile sector is undergoing a process of transformation towards greater industrialization and reducing costs in order to compete in the national and international market.

Coppola is a company that over the years has sought not only the variety of its products, but also expand in size , this way seeks to create a new branch in the south of Quito, in order to meet current demand existing in this area and provide an improved service catering better to new customers .

Through market research was collected, analyzed, quantified and the percentage of demand to be met with the project was planned.

The technical study was aimed to find how? and how? The project will be implemented by setting the size, location and distribution of the company as well as the ability of the machinery and equipment required.

For purposes of the opening of the new branch will be held all the shares of the business to normal operation based on full compliance with the laws and regulations.

The financial study will help us meet the investment should be done for the project is started, however we will ensure the financial evaluation of project feasibility, profitability and viability.

INTRODUCCIÒN

Desde el inicio de los tiempos se sabe que el hombre es el único animal racional, por lo que es la explicación básica de que sea el único que se vista. Su vestimenta ha sufrido numerosas transformaciones, que en la mayoría de los casos han sido debidas al descubrimiento de nuevos tejidos y materiales, e indudablemente a las necesidades que se presentan en las distintas actividades cotidianas que realiza.

La industria textil es el nombre que se da al sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra y productos relacionados. Los textiles son productos de consumo masivo que se venden en grandes cantidades, la industria textil genera gran cantidad de empleos directos e indirectos y tienen un peso importante en la economía del país.

La presente investigación consiste en iniciar una nueva sucursal de la empresa Coppola, cuya actividad es la confección de prendas de vestir para trabajo, con el afán de cubrir la demanda del sector industrial que existe en el sur de la ciudad de Quito.

En la actualidad las empresas industriales dan prioridad a la seguridad ocupacional de sus colaboradores, por lo tanto existe la necesidad de cumplir con los requerimientos y normas de seguridad para el desarrollo de las labores diarias del personal.

El principal propósito de este proyecto es elaborar y promover productos de calidad que ofrece la empresa Coppola, con un excelente precio para los consumidores, logrando así su fidelidad.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Antecedentes

Según la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito, (2010) en su informe menciona que:

El inicio del sector textil en Ecuador se desarrolla en la época de la colonia, desde entonces ha estado muy arraigado en la economía ecuatoriana, sin embargo su influencia en la misma ha ido perdiendo peso en las últimas dos décadas principalmente por el estancamiento, a la hora de introducir nuevas tecnologías que redujesen el coste del producto, como por la introducción de los nuevos operadores en el mercado mundial del textil, principalmente los países asiáticos. En la actualidad el sector textil ecuatoriano está viviendo un proceso de transformación hacia una mayor industrialización y una reducción de los costes que permita a las empresas del país poder competir con sus socios más cercanos, Perú y Colombia, y en menor medida con Brasil. La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. (Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2012, pág. 26)

Se puede decir que el sector de la confección ha sido altamente fragmentado y de tipo familiar en el país. Dentro de la estrategia de incrementar la competitividad internacional, a raíz de la apertura comercial, el ingreso de empresas textiles con plantas de confección propias cambió significativamente el panorama de la confección nacional el cual dio un cambio súbito a través de mejores prácticas gerenciales y nuevas estrategias de comercialización y ventas.

La apertura comercial ha generado para la industria textil y de confección una interesante recuperación de la balanza comercial, el crecimiento proporcional de las exportaciones ha sido mucho mayor que el de las importaciones disminuyendo

significativamente el déficit comercial en el rubro de fibras textiles y sus manufacturas.

Desde hace algunos años atrás hasta la actualidad la industria textil ha sufrido varios cambios con respecto a la calidad con el fin de ofrecer al mercado productos que satisfagan las exigencias de los consumidores. Algunas empresas se han visto obligadas a una renovación de maquinaria con mejor tecnología para la fabricación de un producto de óptima calidad y que además permita minimizar costos.

Igualmente, el sector de la confección a través de los años ha tenido muchos impactos a causa de la crisis económica que ha soportado el país en los últimos años y el encarecimiento de los insumos importados ha provocado un incremento en los precios de las prendas debido a la alta dependencia que el sector textil tiene de materias primas importadas. “Actualmente, el sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente” (Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2012, pág. 28).

1.2. Reseña histórica de la empresa Coppola

La empresa COPPOLA DEL ECUADOR, fué constituida en octubre de 1995, tiene como principal actividad económica la fabricación de prendas de vestir. Siendo su principal fuente de ingresos la confección y venta de ropa de trabajo a nivel nacional.

Las oficinas administrativas así como el taller de confección de la empresa se encuentran ubicadas en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi. En el año de 1995 el señor Luis Salazar Molina, en calidad de artesano autónomo que se dedica en

forma individual a la producción artesanal utilitaria en la rama de confección de ropa de trabajo, ejerciendo, personalmente dicho arte en su taller ubicado en la calle Marco Antonio Subía y Antonia Vela cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, ha elevado una solicitud tendiente a obtener los beneficios de la Ley de Fomento Artesanal.

Por iniciativa emprendedora y para satisfacer necesidades de un mercado consumidor que demanda productos de calidad a un precio asequible, COPPOLA logra la captación de nuevos mercados y clientes, es así como en el año 2005, abre una nueva actividad económica, la misma que se ubica en la ciudad de Latacunga, calle Benjamín Terán y Antonia Vela con la venta al por menor de varias prendas de vestir para trabajo, dando las debidas facilidades de pago, convirtiéndose en una nueva propuesta de comercializar prendas de vestir, mismas que satisfacen las necesidades del cliente, por lo que en el mismo año abre su primera sucursal en la ciudad de Quito con la actividad económica que se menciona anteriormente y que en la actualidad está en funcionamiento. En el mismo año COPPOLA DEL ECUADOR, es afiliada a la Cámara de Comercio de Latacunga certificado como socio activo.

Actualmente la empresa se encuentra inmersa en el mercado nacional ya que su potencial cliente es el Estado, para lo cual COPPOLA se encuentra calificado en el Sistema Nacional de Compras Públicas, dando a conocer que previa la revisión de documentos presentados por la empresa en mención certifican que: Salazar Molina Luis Cornelio con RUC 0500821400001, ha cumplido satisfactoriamente con los requisitos establecidos, por lo tanto queda habilitado en el Registro Único de Proveedores. (RUP).

1.3. Base legal

El Estado Ecuatoriano promulga dos leyes para el sector artesanal, la Ley de Defensa del Artesano, aprobada en el año de 1953 que administra la Junta de Defensa del Artesano; y la Ley de Fomento Artesanal aprobada en el año de 1986, administrada

por el Ministerio Exterior, Industrial y Pesca, a través de la Subsecretaría de Pequeña Industria y Artesanías. Estas dos leyes tienen diferencias entre sí y son la expresión de lucha por el control del sector artesanal.

Ley de defensa del artesano: fue promulgada el 5 de noviembre de 1953 con el propósito de: “Amparar a todos los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieran posteriormente.” (Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2012). Este antecedente legal se cita por cuanto, la empresa COPPOLA DEL ECUADOR a sus inicios se regía por la Ley de Defensa del Artesano.

De acuerdo a lo que establece la Ley de Régimen Tributario Interno, a partir del año 2005, el señor Salazar Molina Luis, persona natural que realiza actividades empresariales y opera con un capital propio obteniendo beneficios superiores a los previstos en el inciso anterior, deberá llevar contabilidad ; es por ello que es necesario mencionar el artículo 19 del Reglamento de la Ley del Régimen Tributario Interno, contenido en el Registro Oficial Suplemento N° 463 reforma del 28 de diciembre de 2011, hace referencia a quienes están obligados a llevar contabilidad.

“Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares. Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible. Nota: Incluida Fe de erratas, publicada en Registro Oficial No. 478 de 9 de Diciembre del 2004. Nota: Primer inciso

sustituido por Art. 79 de Decreto Legislativo No. 000, publicado en Registro Oficial Suplemento 242 de 29 de Diciembre del 2007.” (Ley de Régimen Tributario, Codificación, 2011)

De acuerdo a la base legal que establece la Cámara de Comercio de Latacunga certifica que: COPPOLA, con número de RUC 0500821400001 y su Representante Legal es el Sr. Salazar Molina Luis; se encuentra afiliada a la Cámara de Comercio de Latacunga con número de Registro Comercial 936 y su dirección es en la provincia de Cotopaxi; cantón Latacunga; calle Benjamín Terán 329 y Antonia Vela. COPPOLA, es socio activo y no adeuda valor alguno a la Cámara de Comercio.

1.4. Problema de investigación

La empresa Coppola se ha identificado por su excelente trabajo y calidad en la confección de prendas de vestir para la seguridad industrial y por esa razón es una empresa reconocida a nivel nacional.

El incremento de la demanda de nuevos clientes que llegan desde el sur de la ciudad hacia la sucursal que se encuentra al norte de Quito, provoca una incomodidad en los nuevos clientes por el traslado de sus productos.

El presente proyecto tiene como finalidad crear una nueva sucursal en el sur de la ciudad de Quito para brindar un mejor servicio y abastecer de una mejor manera sus productos y pedidos a los nuevos clientes, con el propósito de tener mayor cobertura en el mercado y la demanda que se ve reflejada en dicho sector.

Es así como es necesaria la creación de una nueva sucursal que facilite la comercialización de los productos a los clientes actuales y a los nuevos clientes,

logrando así una mejor satisfacción y fidelidad de los mismos y consecuentemente el incremento de las ventas y el crecimiento organizacional de la empresa Coppola.

1.5. Justificación

Según el Gerente de la empresa COPPOLA el Sr. Luis Salazar menciona que fue constituida aproximadamente hace 27 años y tuvo origen en la ciudad de Latacunga, actualmente se dedica a la confección de ropa para trabajo y comercialización de equipos e implementos de seguridad industrial para salvaguardar la vida de los trabajadores. La planta de producción y sus oficinas se encuentran en la ciudad de origen, y cuenta con una sucursal en el sector norte de la ciudad de Quito.

En el año 2005 Coppola establece la sucursal en la ciudad de Quito aprovechando un potencial nicho de mercado en el sector norte de la misma. La empresa se encuentra inmersa en el mercado nacional, siendo su potencial cliente el Estado ya que se encuentra calificada en el sistema nacional de compras públicas.

La sucursal que actualmente tiene la empresa presenta dificultades ya que en el último año han llegado nuevos clientes del sur de la ciudad de Quito presentando incomodidad al trasladarse hasta el norte por sus productos; es así como nace la idea de crear una nueva oportunidad de negocio en el sur de la ciudad. El establecer una nueva sucursal no solo garantizaría la fidelidad de los nuevos clientes, si no también que podrá generar nuevas fuentes de empleos y mayores ingresos para la empresa.

1.6. Objetivo

1.6.1. Objetivo general

Elaborar un proyecto para determinar la factibilidad de la creación de una nueva sucursal de la empresa Coppola, dedicada a la confección de prendas de vestir para trabajo en el sector sur de la ciudad de Quito.

1.6.2. Objetivos específicos

- Efectuar un estudio de mercado a través del análisis de la oferta, demanda y precios que facilite el análisis de la viabilidad en el mercado para la creación de una nueva sucursal para la empresa Coppola.
- Elaborar un estudio técnico para determinar la mejor ubicación para la nueva sucursal en el sur de Quito.
- Realizar un presupuesto de costos para la inversión y el financiamiento de los principales activos que se van a adquirir para la sucursal de la empresa Coppola.
- Analizar los costos y gastos estimados tanto fijo como variables, así como de los ingresos que se esperarían para la creación de la nueva sucursal.
- Realizar una evaluación del proyecto con la finalidad de determinar técnicamente la factibilidad del proyecto a través del análisis de indicadores financieros.

1.7. Resultados y metas

- Determinar un porcentaje de consumidores al cual está dirigido la creación de la nueva sucursal.
- Buscar la localización más adecuada para el desarrollo de la nueva sucursal.
- Establecer el monto adecuado de financiamiento para la inversión de la nueva sucursal.
- Establecer presupuesto de costos y gastos estimados para la inversión de la nueva sucursal.
- Aplicar el análisis de los índices financieros para comprobar la factibilidad del proyecto de creación de la nueva sucursal en el sur de la ciudad de Quito.

1.8. Metodología de la investigación

Para este estudio de factibilidad de la creación de una nueva sucursal de la empresa COPPOLA DEL ECUADOR se emplearán indicadores económicos y variables que ayuden a comprobar la viabilidad del proyecto, tales como la oferta, demanda, tasa interna de retorno, período de recuperación de la inversión, valor actual neto e indicadores financieros.

Los métodos a emplearse para la realización del proyecto son los siguientes:

Método deductivo.- El método deductivo parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Con la aplicación de éste método al proyecto, la información general que se obtenga sobre la demanda de los consumidores ayudará a la obtención de información más exacta acerca de las reales necesidades que presentan los potenciales clientes.

Método analítico.- Este método proporciona nuevos elementos de juicio que serán muy útiles para el análisis financiero, el mismo que ayudará a determinar si el proyecto de creación de la nueva sucursal de la empresa COPPOLA DEL ECUADOR en el sector sur de la ciudad es o no viable.

Método de observación.- Debido que existen pocas fuentes bibliográficas se necesitará observar de manera directa la realidad más de cerca, para así de esta manera obtener las respectivas conclusiones.

Método estadístico.- Con este método se podrá procesar de una manera científica toda la información que se logre recopilar.

1.9. Fuentes primarias

Una fuente primaria es aquella que provee un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación. Para el proyecto se va a emplear la técnica de la observación, ya que directamente se obtendrá información del lugar de los hechos, obteniendo así datos reales ya que se mantendrá visitas periódicas con el fin de obtener un punto de vista desde adentro del evento en particular sobre el tema que se está investigando, para ello se tiene como fuentes primarias:

- Las empresas industriales.
- La empresa Coppola con sus colaboradores.
- Y si en el sector sur existen empresas dedicadas a la misma actividad de negocio/competencia.

1.10. Fuentes secundarias

Una vez recolectada la información proveniente de las fuentes primarias se adjuntará toda la demás información adicional obtenida de libros, investigaciones, artículos periodísticos, de revistas, periódicos, bases de datos proporcionadas por los organismos gubernamentales y del internet.

1.11. Instrumento de recolección de datos

La recopilación de la información se efectúa, a través de la aplicación de las siguientes técnicas:

Entrevista.- A través de la aplicación de ésta técnica se podrá obtener información mediante el diálogo mantenido en un encuentro formal y planeado, entre el gerente

de la empresa COPPOLA DEL ECUADOR con el fin de recolectar información; éste será un elemento útil para el desarrollo del proyecto.

Muestreo.- Esta técnica permitirá determinar que parte de una población o universo debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población y así obtener datos verdaderos para el proyecto.

Encuesta.- Esta técnica permite obtener información de varias personas cuyas opiniones impersonales juegan un papel importante, ya que consiste en la formulación de preguntas a un grupo de personas que a través de sus respuestas contribuirán con el desarrollo de este proyecto.

1.12. Técnicas de procesamiento de datos

Una vez realizada la recolección de la información tanto de las fuentes primarias y secundarias, deberá ser organizada de manera que permitan ser analizadas.

a) Edición y codificación de los datos:

El proceso de edición requiere de la revisión exhaustiva de los datos recabados. La codificación consiste en asignar valores numéricos o alfanuméricos (códigos) a cada una de las categorías de respuesta posibles, con el fin de facilitar el tratamiento posterior de los datos.

b) Tabulación de los resultados:

La tabulación de los datos significa ordenar los mismos en cuadros que resuman las frecuencias de respuestas a cada categoría asignada.

c) Aplicación de técnicas de análisis estadístico:

Una vez que los datos están ordenados se evaluará a través de la aplicación de indicadores financieros para poder comprobar la factibilidad del proyecto.

1.13. Base teórica

PROYECTO

“La palabra proyecto proviene del latín proiectus, se compone del prefijo pro, que significa hacia delante o hacia el futuro, e edictus (participio pasado del verbo latino iacere, que se traduce por lanzar o arrojar), es decir cuando decimos que somos un proyecto, significa que estamos lanzando hacia delante o estamos abiertos al futuro” (Cerde, 2000, pág. 59).

“A través de los tiempos la palabra proyecto ha tenido varios significados y aplicaciones. Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana” (Baca, 2000, pág. 65).

“Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido” (Miranda, 1999, pág. 50).

FACTIBILIDAD

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

Un estudio de factibilidad debe conducir siempre a:

- Una identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización y tecnología apropiada.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología.
- Identificación plena de fuentes de financiación.

SUCURSAL

“Se aplica al establecimiento que depende de otro central o principal y que desempeña las mismas funciones que éste. Dícese del establecimiento que sirve de ampliación a otro, del que depende” (Diccionario académico, 2010).

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación del proyecto, se basa en la recopilación y análisis de antecedentes que permitan determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, es determinar y cuantificar la demanda y oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización. Es preciso que la cuantificación de la oferta y demanda se obtengan de fuentes primarias, pues aportan con información directa actualizada y más confiable.

Como elementos importantes dentro del estudio de mercado están: determinar el ámbito del mercado al cual estará orientado el proyecto, señalando si el mercado es local, es mercado regional, mercado nacional o externo y explicar la motivación del proyecto. Finalmente podemos concluir que el estudio de mercado se basa en verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado.

ESTUDIO TÉCNICO

Según Miranda, (1999) explica sobre que el estudio técnico abarca cuatro puntos importantes como:

1. Determinar el tamaño del proyecto.- Basado en la estimación de la demanda o a su vez en la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.
2. Determinación de la localización.- Orientada a analizar diferentes variables cuantitativas y cualitativas que determinen el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando una mayor utilidad o minimización de costos.
3. Ingeniería del proyecto.- Está orientada en la tecnología e insumos a utilizar en la cual optimice de la mejor manera la utilización de los recursos disponibles en la elaboración del proyecto, dependiendo en gran parte del capital que se disponga.
4. Análisis administrativo.- “No es otra cosa más que la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, etc. Para esta tarea existe modelos de organización que se pueden aplicar dependiendo de la naturaleza del proyecto” (Miranda, 1999, pág. 84)

ESTUDIO FINANCIERO

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores. Aquí se determinan los costos totales y de la inversión inicial. Se calcula el capital de trabajo, además se incluye el cálculo de la cantidad mínima económica que se producirá, como es el punto de equilibrio. Luego de tener toda ésta información se describen los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; etapas importantes ya que con ellas permite decidir la implantación del proyecto.

ESTUDIO DE IMPACTO

“Con este estudio de impacto lo que se pretende es tener una prevención a un posible riesgo como una bancarrota a corto o mediano plazo, que en economías inestables suele suceder.” (Baca, 2000, pág. 197)

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Mercado

Sapag menciona que:

“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no, y sus complicaciones de un producto dentro del mercado” (Sapag, 2003, pág. 56).

Definiendo un concepto de mercado se puede decir que es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos importantes del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de proporcionar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

2.2. Objetivo del estudio de mercado

2.2.1. Objetivo General

Determinar la oferta y demanda, que permitirá conocer la demanda insatisfecha para la implementación de una sucursal de la empresa Coppola en el sur de la ciudad de Quito, y además establecer el grado de aceptación que generará el servicio.

2.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la oferta del servicio.
- Determinar la demanda insatisfecha.
- Establecer el nivel de aceptación y necesidades de los consumidores.
- Proyectar la demanda y oferta.

2.3. Análisis de la demanda

2.3.1. Definición y diferenciación del producto

“El producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que incluye entre otras cosas el empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor” (Stanton, 2003, pág. 211).

El proyecto se enfoca a la elaboración de uniformes para el personal operativo de las empresas, del área operativa, masculina o femenina como pantalones, overoles, camisas, ponchos y ternos chubasqueros impermeables.

Para la confección de los uniformes operativos se selecciona las telas de acuerdo a las necesidades de la empresa analizando el tipo de riesgo del entorno de trabajo para evitar daños y desgracias imprevistas. El cliente también podrá solicitar las telas, las cuales desea para la confección de sus prendas.

Para mayor conocimiento sobre el tipo de tela y acabados que se realiza en la confección de la ropa se describe cada uno de los productos que a continuación se presenta:

- **PANTALONES:**

No solo basta la confección ni el modelo de los pantalones de vestir, razón por la cual se confeccionarán elegantes pantalones para hombres con telas de calidad, de acuerdo al gusto, comodidad y preferencia de los clientes. Se va a confeccionar pantalones en tela ripstop y jean ya que son telas de mucha resistencia y flexibilidad que mantienen siempre la comodidad del usuario.

Pantalón en tela ripstop y en tela jean



Fuente: Catálogo empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

- **CAMISAS:**

Las camisas son una prenda que cubre el tórax y los antebrazos, elaborado en tejido de algodón, cuya función principal es la de ser colocada como segunda prenda como objeto de vestir, para el diario en el trabajo.

Camisa de manga corta en tela de algodón



Fuente: Catálogo empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

- **CAMISETAS:**

Las camisetas son una prenda que cubre el tórax y los antebrazos, elaborada en tejido elástico, cuya función básica es la de ser colocada como primera prenda con objeto de vestir, evitar la suciedad secundaria al trabajo y absorber el exceso de sudoración, se considera que debería entenderse como la prenda de abrigo inmediata a la piel que llevan los empleados para protegerse del frío en invierno al generar una primera capa textil aislante, e incluso en verano al empapar el sudor.

Camiseta de algodón color rojo



Fuente: Catálogo empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

- **OVEROLES:**

Los overoles son ropa de protección que está diseñado para proteger el cuerpo del trabajador, contra sustancias tóxicas sólidas, líquidas, gaseosas o vapores peligrosos, etc.

El overol estará diseñado para ofrecer mayor libertad de movimiento, versatilidad haciendo una prenda para que el trabajador lo use sobre la ropa, sin descuidar la seguridad que requiere una prenda de trabajo. Para el estudio se va a confeccionar overoles en tela ripstop y gabardina ya que son telas de mucha resistencia y flexibilidad que mantienen siempre la comodidad en su uso.

Color: La empresa contará con una amplia gama de colores de telas, con las cuales se confeccionarán las prendas de trabajo, sin embargo si el cliente desea un color en especial de igual manera se le proporcionará un buen servicio de acuerdo a sus preferencias y necesidades.

Overoles en tela ripstop



Overoles en gabardina



Fuente: Catálogo Empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

- **PONCHOS IMPERMEABLES:**

Los ponchos impermeables son prendas de alta resistencia como por ejemplo en épocas de invierno son ideales para la protección de las personas evitando que el agua atraviese hacia el interior de ésta, por esta razón la prenda ha sido elaborada con materiales impermeables y bajo estándares de calidad para ofrecer a los clientes seguridad y comodidad.

Ponchos impermeables



Fuente: Catálogo empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

- **TERNOS CHUBASQUEROS IMPERMEABLES:**

Los ternos impermeables son prendas de alta resistencia elaborado con tela poliéster con recubrimiento PVC ideal para los más exigentes usos de las empresas industriales, este traje está compuesto por un pantalón y una chompa con capucha para ofrecer mayor seguridad, flexibilidad y comodidad.

Terno impermeable recubrimiento PVC dos piezas



Fuente: Catálogo Empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

- **MANDILES:**

El mandil cubre el tórax, abdomen y piernas hasta el tercio medio. Sirve para proteger la ropa del individuo, que lo usa durante los trabajos rudos. Serán confeccionados con telas apropiadas, de acuerdo al trabajo para el cual se encuentren destinados, prestando la protección adecuada; los mandiles tendrán su respectivo logo de la empresa así como también la cantidad de bolsillos que el cliente desee, a continuación se presenta algunos de los modelos que suelen demandar los clientes.

Mandiles estampados con logo y sin logo



Fuente: Catálogo empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

- **CHALECOS REFLECTANTES O REFLECTIVOS:**

Estos chalecos son elaborados para ofrecer una alta visibilidad, fabricado en tejido de malla transpirable en color amarillo/limón y rojo/naranja, provistos de una banda reflectante horizontal y dos verticales de cinta reflectiva 3M scotchlite, en tejido gris, color plata de 50mm de ancho, en la parte delantera y trasera.

Chaleco reflectante



Fuente: Catálogo empresa Coppola
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

2.3.2. Descripción de la materia prima

Telas: Para cada tipo de prenda existen diferentes tipos de tela que se diferencian por su calidad, existen varios tipos de tela que se utilizan en la confección de ropa de trabajo entre ellas se encuentran el tipo de tela que se utilizará para la elaboración de las prendas de trabajo como la gabardina y la ripstop que es una tela anti desgarró que debido a que tanto en la trama como en la maquinación está reforzada con hilos de alta resistencia, esto da un aspecto de cuadrados en la tela, e impide que se corra y expanda un tajo o cortadura.

Hilos: Los hilos pueden obtenerse en el mercado de acuerdo a la necesidad es decir, por el color y calidad que se desee, hay varios tipos de hilos en el mercado entre ellos: talla única, polyester, jeans número 50 y 120, etc; el tipo de hilo más utilizado para la ropa de trabajo es el jeans número 50 y 120.

Cierres: En el mercado comercial de proveedores de insumos textiles hay diversos cierres, los que son utilizados de acuerdo a la prenda a confeccionarse entre ellos, cierres plásticos, nailon, metálicos. Para nuestro caso se utilizará cualquiera de estos cierres, todo dependerá de la necesidad del cliente.

Botones: Hay una gran variedad de botones que pueden ser elegidos por gustos, tamaños, colores, materiales etc., entre los botones existentes en el ámbito comercial encontramos botones para blusas, camisas, pantalones etc. Para este caso se utilizarán los botones de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Broches: Los broches son utilizados en su mayoría para chompas y pantalones, es así que existen broches de acuerdo a la prenda, grandes, medianos, pequeños. Para este estudio se utilizará broches de tamaño grandes.

Etiquetas: Es necesario el uso de etiquetas donde se identifique el nombre comercial de la empresa que lo confecciona de tal modo evitar imitaciones. Toda empresa comercial suele usar su etiqueta comercial, en los productos del proyecto la etiqueta se colocará en la parte interior de la prenda, en los costados o en el cuello, debiendo contener talla, marca, teléfono.

2.3.3. Determinación del mercado objetivo

El mercado al cual se va a enfocar el proyecto de factibilidad de creación de una sucursal de la empresa COPPOLA para la confección de ropa de trabajo de seguridad industrial va a estar localizado en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito en el sector sur especialmente en las empresas industriales de la zona.

Considerando que el crecimiento de la industria en la ciudad de Quito es, sin lugar a duda, uno de los pilares fundamentales del desarrollo local. Sin embargo, la industria textil es el sector que más aporta a la producción interna bruta del país y además concentra un gran porcentaje de la fuerza laboral. En el sur de la ciudad de Quito se encuentra un gran porcentaje de empresas industriales dentro de las que participan se encuentran: agroindustrias, alimentos y bebidas, automotriz, farmacéuticos, madera y manufactura de madera, metalmecánica, logística y distribución, química y petroquímica, servicios varios y telecomunicaciones.

2.3. 4. Determinación del tamaño de la muestra

Para establecer el tamaño de la muestra se ha determinado el mercado objetivo, el mismo que estará conformado por las empresas del sector industrial que se ubican en el sur de la ciudad de Quito. La información de las empresas industriales se obtuvo a través de la observación de campo y la administración zonal Quitumbe, ya que en el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC) no poseen información sectorizada. Para ello se determinó que las empresas industriales ubicadas en el sector sur de la ciudad de Quito ascienden aproximadamente a 112 incluyendo las que se ubican en el parque industrial sur de Turubamba, que está conformado por 13 empresas. Para el cálculo del tamaño de la muestra se conoce que la población es de 112 empresas.

Tabla N° 1. Empresas industriales

TIPO DE ACTIVIDAD	TOTAL
Empresas industriales: agroindustrias, alimentos y bebidas, automotriz, farmacéuticos, madera y manufactura de madera, metalmecánica, logística y distribución, química y petroquímica, servicios varios, telecomunicaciones.	112
TOTAL	112

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

En el presente caso se va aplicar la siguiente fórmula, para calcular poblaciones finitas:

Tabla N° 2. Datos para la determinación de la muestra

n= tamaño de la muestra	X
N=tamaño del universo o población	112
k= valor de la distribución normal correspondiente a un nivel de confianza	1.96
p= probabilidad de éxitos de un evento	0.50
q= probabilidad de fracaso de un evento	0.50
e= grado de error de significancia	0.05

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Reemplazando los datos en la fórmula se obtiene lo siguiente:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.50) * (0.50) * (112)}{((0.05)^2 * (112 - 1)) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{107,56}{1,24}$$

$$1,24$$

$$n = 87 \text{ (número de encuestas)}$$

2.4. Investigación de mercado

2.4.1. Diseño del plan de investigación

Para obtener información del mercado, se investigará en las diversas instituciones que poseen información y se destacan las siguientes: la asociación de industriales textiles del Ecuador (AITE), instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), estadísticas del banco central del Ecuador, entre otros.

El diseño de la investigación se caracteriza por la flexibilidad para la adaptación de los resultados y para descubrir otra información no identificada con anterioridad. Se emplean enfoques amplios y versátiles; éstos incluyen fuentes secundarias de datos, observación, e investigación de campo.

Cabe mencionar que en la investigación de mercado también se utilizó la técnica de la encuesta, pues es la más recomendable ya que los resultados obtenidos son bastante exactos, pues se puede decir que al encuestar personalmente a los representantes de las distintas empresas ellos proporcionan sus opiniones lo cual contribuye para adoptar una decisión más acertada y segura. Para determinar cuáles serían las empresas a investigar, se realizó una selección aleatoria de la población universo objeto de investigación.

2.4.2. Diseño del formato de la encuesta

Se utilizó esta herramienta de investigación con el fin de obtener información que permita tener un conocimiento del producto, las preferencias del consumidor y la competencia.

ENCUESTA



Saludos. Somos alumnos de la Universidad Politécnica Salesiana, necesitamos su colaboración para la realización de esta encuesta, la recolección de esta información permitirá obtener datos reales para el desarrollo de nuestra tesis de grado.

Objetivo: Conocer la factibilidad de crear una nueva sucursal en el sur de la ciudad de Quito de la empresa Coppola del Ecuador, dedicada a la confección de prendas de trabajo para empresas exclusivamente del sector industrial.

Datos Generales

Nombre de la Empresa: _____

1. ¿Cómo empresa del sector industrial requiere del servicio de confección de prendas de trabajo para la seguridad del personal?

Si ()

No ()

2. De los siguientes productos marque con una X los artículos que usted ha adquirido para su empresa. Por favor ayúdenos con el precio referencial y su frecuencia de compra en cantidades por cada artículo seleccionado.

Prendas de Trabajo

- () Pantalones de trabajo en Ripstop
- () Pantalones de trabajo en Jeans
- () Camisas Formales
- () Ponchos de agua/Impermeables
- () Terno Chubasquero Impermeable
- () Mandiles
- () Camisetas Algodón
- () Chalecos Reflectantes
- () Overoles de trabajo en Ripstop
- () Overoles de trabajo en Gabardina

Precio Unitario \$	Frecuencia			
	Menor a 2 meses cantidad	Trimestral mente cantidad	Semestral mente cantidad	Anualmente cantidad

3. Cómo califica el servicio de la empresa que lo atendió en su última adquisición.

Excelente ()

Regular ()

Muy Bueno ()

Malo ()

Bueno ()

4. ¿Indique por qué razones se siente satisfecho, de la compra realizado de los productos antes mencionados?

() Calidad del producto

() Disponibilidad de los productos

() Garantía

() Facilidad de pago

() Buen precio

() Buena atención

() Cumplimiento, tiempo de entrega

5. En base a las siguientes condiciones. ¿Qué motivó la compra de las prendas de trabajo?

- ☐ Seguridad hacia el personal
- ☐ Obligación de trabajo
- ☐ Desarrollo industrial
- ☐ Compra ocasional

6. Si tuviera que realizar otra compra. ¿Regresaría a la misma empresa donde adquirió sus productos?

- Si ☐
- No ☐

7. ¿Cuándo usted adquiere ropa de trabajo porque medio lo hace?

- ☐ Usted acude directamente a la empresa o fábrica
- ☐ Le visitan los ejecutivos de venta para ofertarle los productos

8. ¿Si se le ofreciera calidad, garantía y entrega a tiempo de sus prendas de trabajo estaría dispuesto a cambiar de proveedor?

- Si ☐
- No ☐

9. Si se creara, en el sur de Quito una sucursal que ofrece prendas de trabajo de seguridad industrial de calidad con mejores beneficios, estaría dispuesto/a a incluirlo dentro de sus nuevas alternativas de opción de compra.

- Si ☐
- No ☐

Muchas gracias por su apoyo!

2.4.3. Procesamiento y análisis de la información

1. ¿Cómo empresa del sector industrial requiere del servicio de confección de prendas de trabajo para la seguridad del personal?

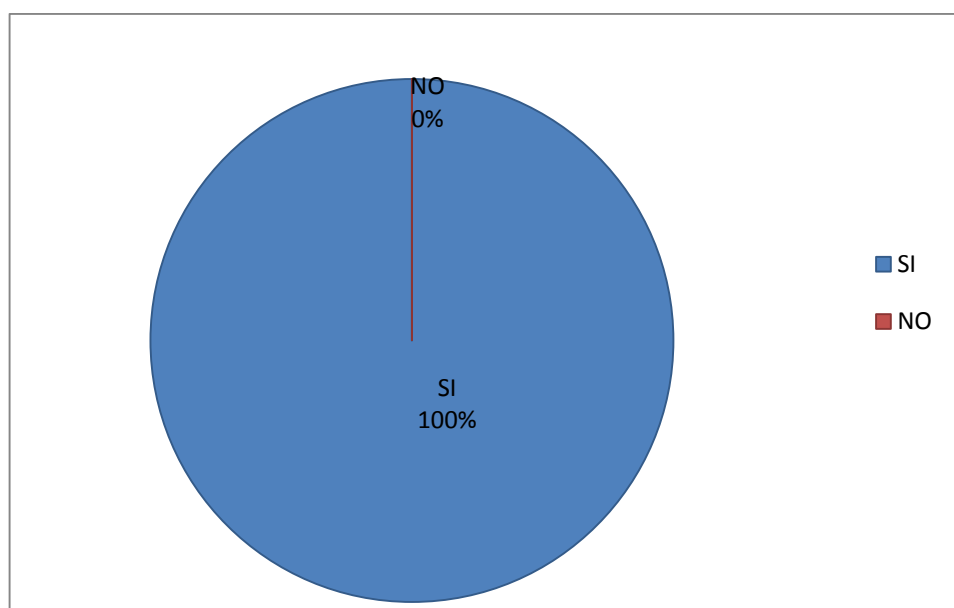
Tabla N° 3. Tabulación pregunta N° 1

FACTOR	VALOR
SI	87
NO	0
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 1. Pregunta N° 1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

En cuanto a la respuesta de la pregunta N° 1 se puede observar que el 100% de las empresas que se sometieron a la encuesta, respondieron que si requieren el servicio de confección de ropa de trabajo industrial para sus empleados.

2. De los siguientes productos marque con una X los artículos que usted ha adquirido para su empresa. Por favor ayúdenos con el precio referencial, marca y su frecuencia de compra en cantidades por cada artículo seleccionado.

PANTALONES DE TRABAJO EN TELA RIPSTOP

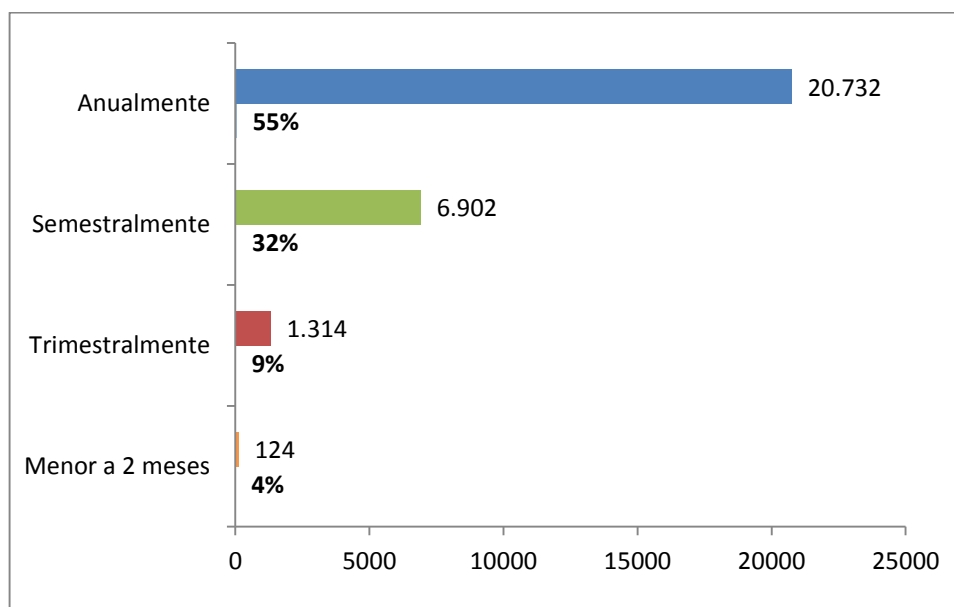
Tabla N° 4. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra pantalones de trabajo en tela ripstop.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	3	124
Trimestralmente	8	1.314
Semestralmente	28	6.902
Anualmente	48	20.732
TOTAL	87	29.072

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 2. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual pantalones de trabajo en tela ripstop.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

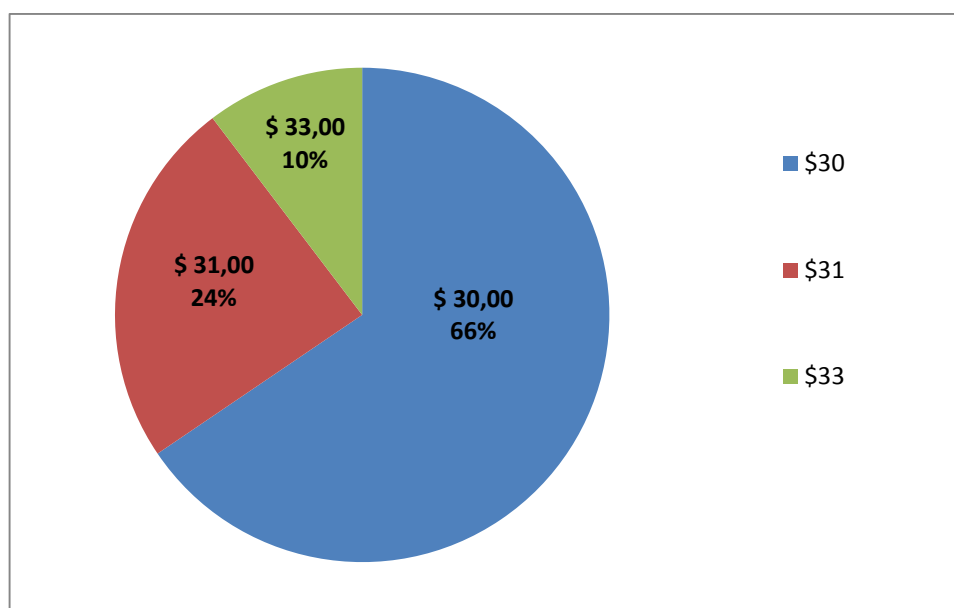
Tabla N° 5. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de pantalones de trabajo en tela ripstop.

PRECIO	VALOR
\$30,00	57
\$31,00	21
\$33,00	9
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 3. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra pantalones de trabajo en tela ripstop.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

De acuerdo a los resultados de la encuesta se puede observar en el gráfico N° 2 en cuanto a la frecuencia de compra que realizan las empresas industriales el 55% prefiere realizar sus pedidos anualmente representando una demanda de pantalones en tela ripstop de 20.732 unidades, mientras que el 32% afirma realizar sus pedidos cada semestre representando una demanda de 6.902 unidades. El 9% y 4% que corresponde a los pedidos cada trimestre y menor a dos meses respectivamente el volumen de compra es mínimo. El valor pagado por este tipo de prenda se valora así: el 66% afirma haber cancelado \$30,00 por cada unidad, el 24% ha cancelado \$31 por cada uno, mientras que el 10% menciona haber cancelado \$33 por cada uno.

PANTALONES DE TRABAJO EN TELA JEAN

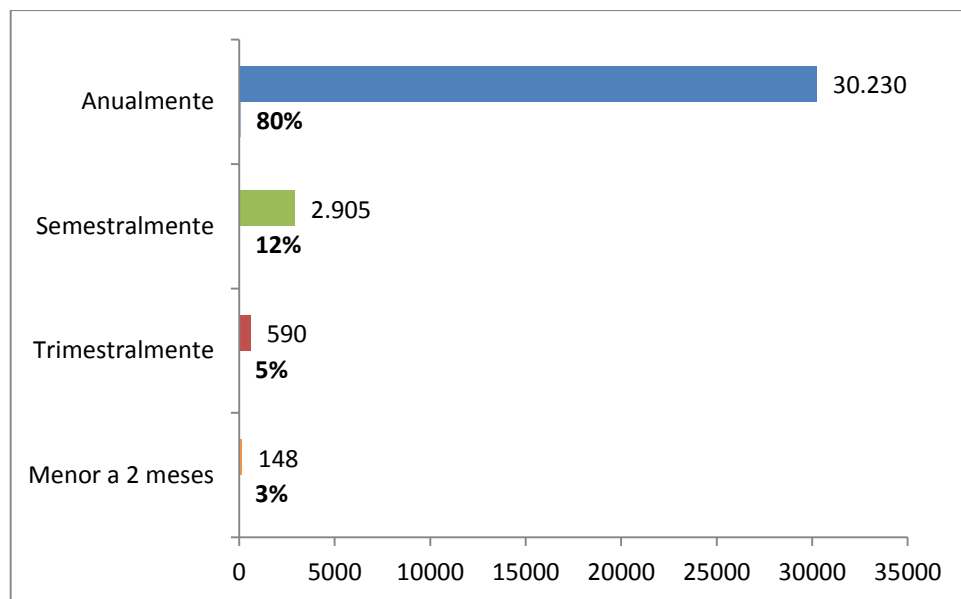
Tabla N° 6. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra pantalones de trabajo en tela jean.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	3	148
Trimestralmente	4	590
Semestralmente	10	2.905
Anualmente	70	30.230
TOTAL	87	33.873

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 4. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual pantalones de trabajo en tela jean.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

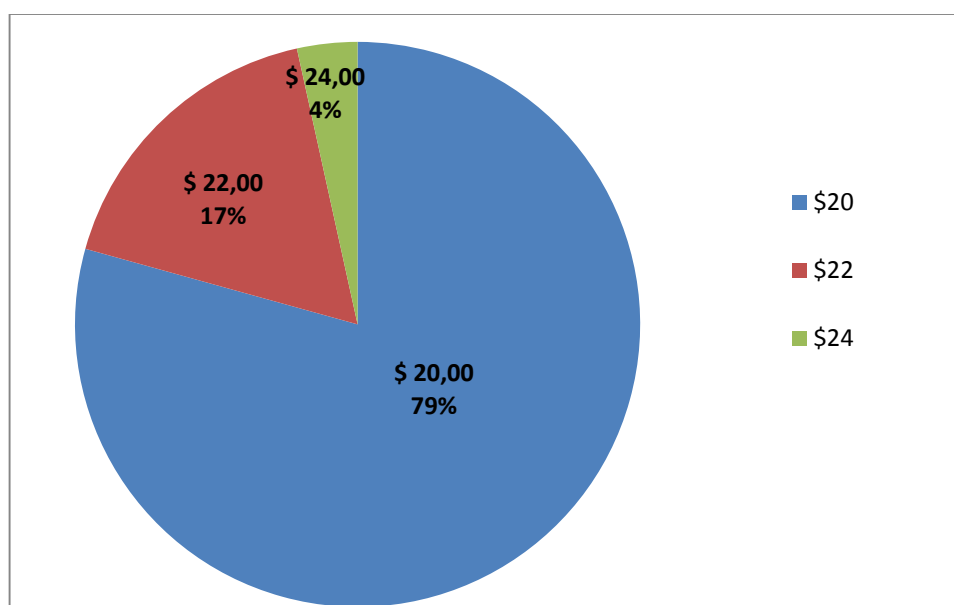
Tabla N° 7. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra pantalones de trabajo en tela jean.

FACTOR	VALOR
\$20,00	69
\$22,00	15
\$24,00	3
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 5. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra pantalones de trabajo en tela jean.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

En el gráfico N° 4 se puede observar que el 80% de las empresas industriales prefieren realizar sus pedidos anualmente representando una demanda de 30.230 unidades, mientras que el 12% afirma realizar sus pedidos cada semestre con una demanda de 2.905 unidades, el 5% y 3% realiza pedidos cada trimestre y menor a dos meses respectivamente con una demanda mínima. El valor pagado por esta prenda de vestir de acuerdo al gráfico N° 5 se tiene que el 79% ha pagado por cada pantalón en tela jean \$20,00 el 17% ha pagado por cada uno \$22,00 el 4% ha pagado \$24,00 por cada pantalón jean.

CAMISAS FORMALES

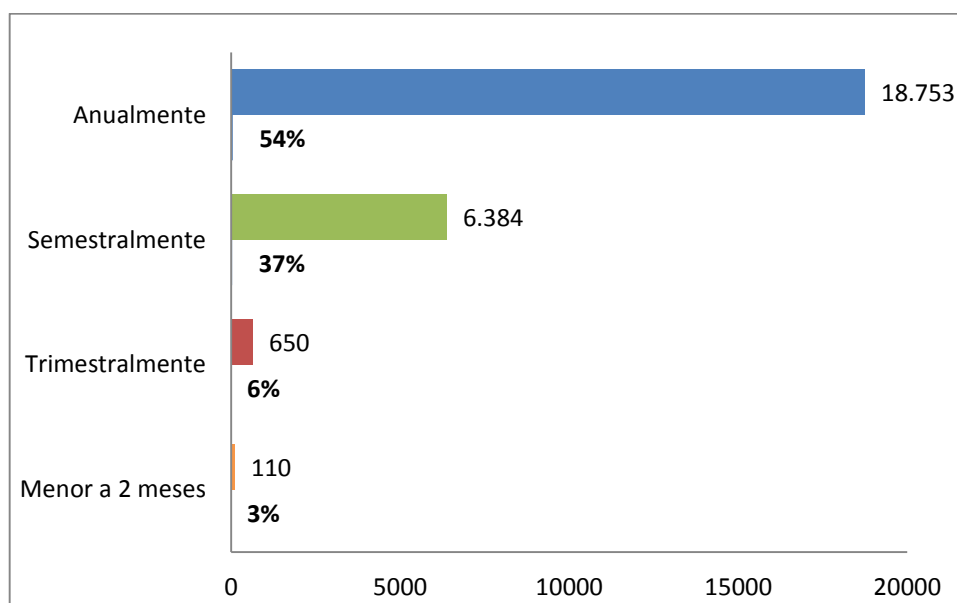
Tabla N° 8. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra camisas formales.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	3	110
Trimestralmente	5	650
Semestralmente	32	6.384
Anualmente	47	18.753
TOTAL	87	25.897

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 6. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual camisas formales.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

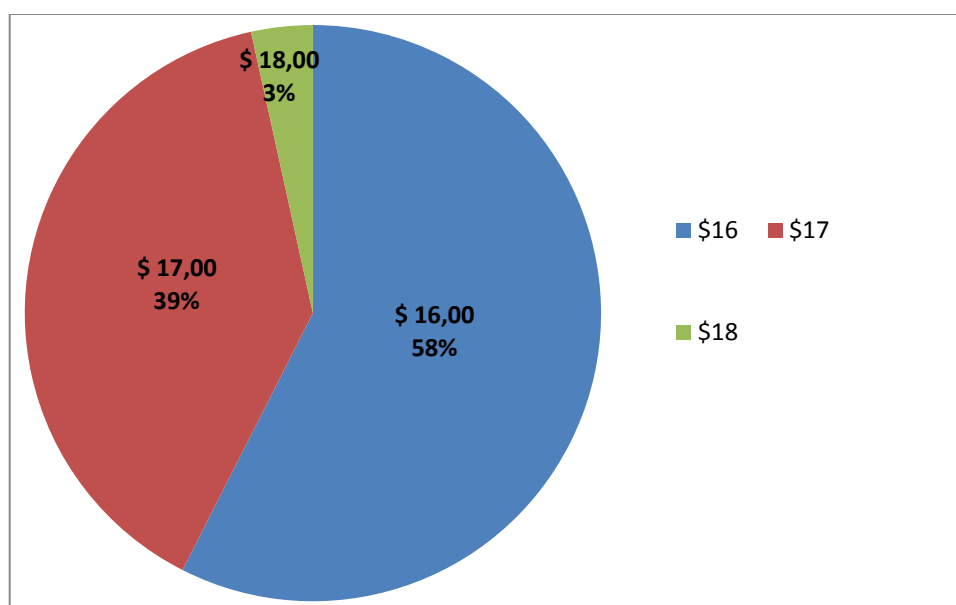
Tabla N° 9. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de camisas formales.

FACTOR	VALOR
\$16,00	50
\$17,00	34
\$18,00	3
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 7. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de camisas formales.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

El gráfico N° 6 demuestra que el 54% de las empresas a realizado sus pedidos anualmente con una demanda de 18.753 unidades, el 37% de las empresas afirmó realizar sus pedidos cada semestre con una demanda de 6.384 unidades, mientras que el 6% y 3% solamente realiza pedidos cada trimestre y menor a dos meses respectivamente con una demanda mínima. El precio pagado por camisa formal está valorado en el 58% y se cancela por cada una \$16,00 el 39% ha pagado por prenda \$17,00 y finalmente el 3% ha pagado \$18,00 por cada prenda.

CAMISETAS ALGODÓN

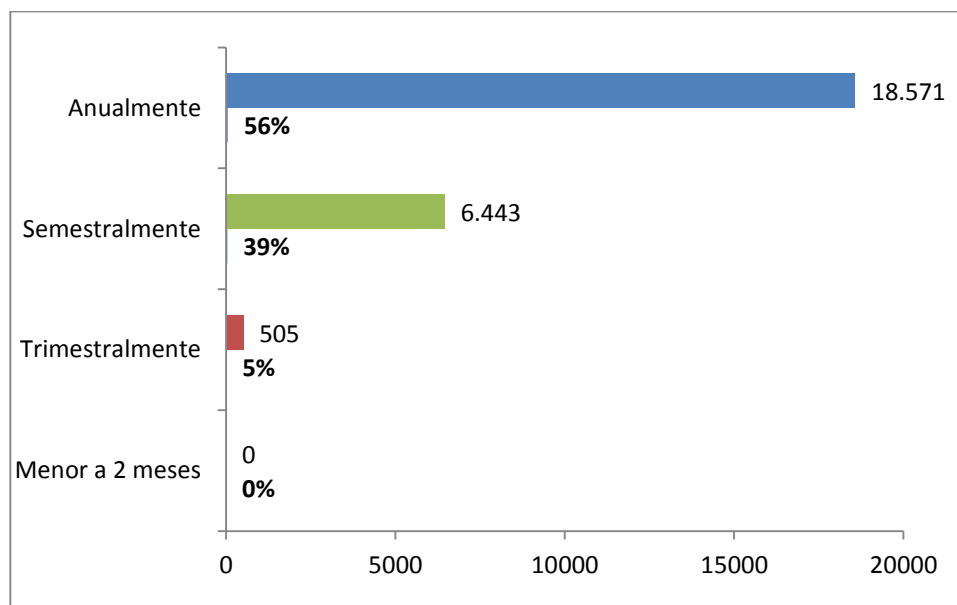
Tabla N° 10. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra camisetas de algodón.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	0	0
Trimestralmente	4	505
Semestralmente	34	6.443
Anualmente	49	18.571
TOTAL	87	25.519

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 8. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual camisetas.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

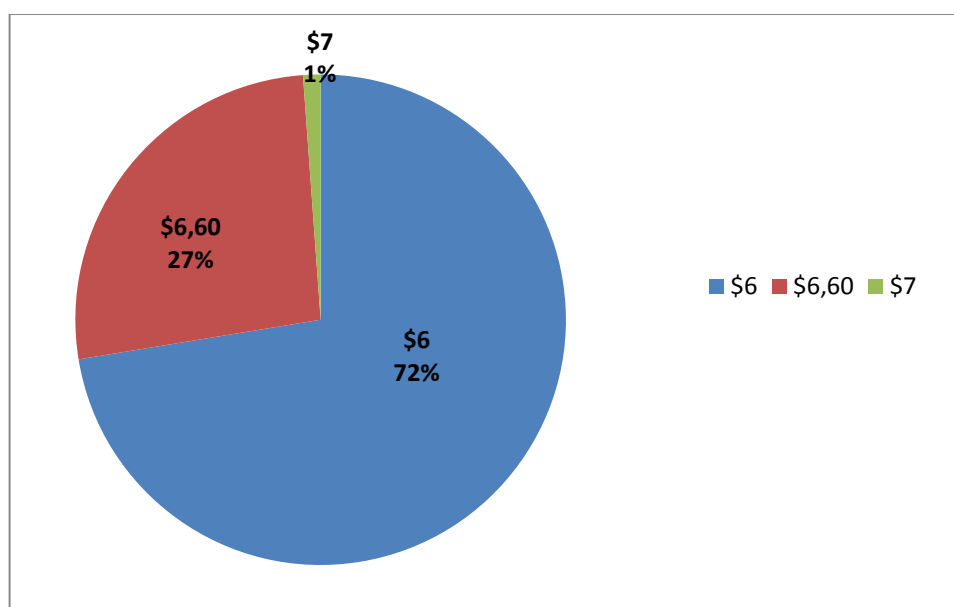
Tabla N° 11. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de camisetas.

FACTOR	VALOR
\$6,00	63
\$6,60	23
\$7,00	1
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 9. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de camisetas.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

El grafico N° 8 muestra que la frecuencia de compra de camisetas de algodón que realizan las empresas industriales es anualmente con el 56% alcanzado una demanda de 18.571 unidades, mientras que el 39% prefieren realizar pedidos en forma semestral alcanzando una demanda de 6.443 unidades, el 5% afirma realizar pedidos trimestralmente con una demanda mínima de 505 unidades. El precio pagado por esta prenda es: el 72% afirmó pagar por cada unidad \$6,00 el 27% dijo pagar \$6,60 por cada prenda y finalmente el 1% dijo haber pagado \$7,00 por cada camiseta.

OVEROLES DE TRABAJO EN RIPSTOP

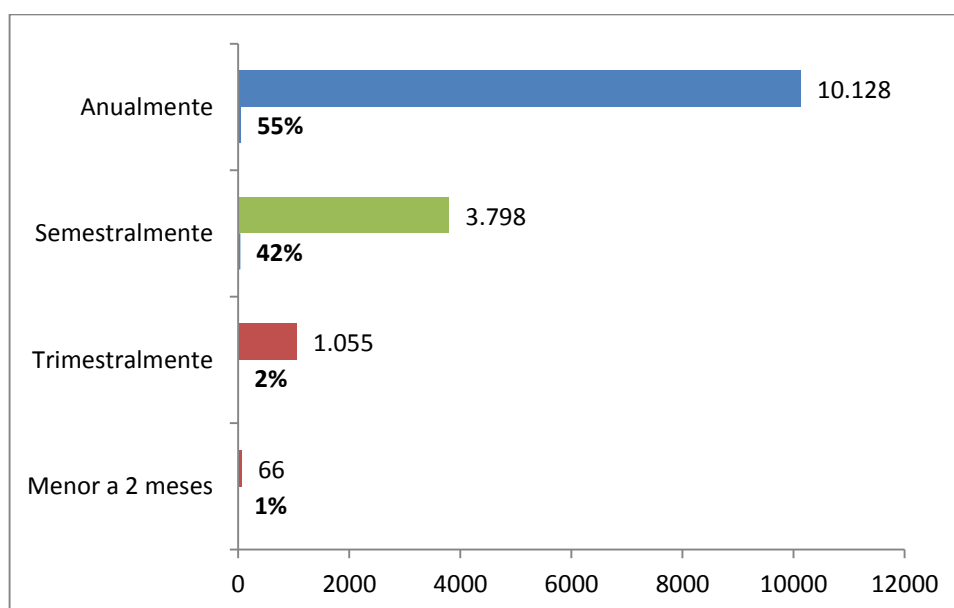
Tabla N° 12. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra overoles en ripstop.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	1	66
Trimestralmente	2	1.055
Semestralmente	36	3.798
Anualmente	48	10.128
TOTAL	87	15.047

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 10. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual overoles en ripstop.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

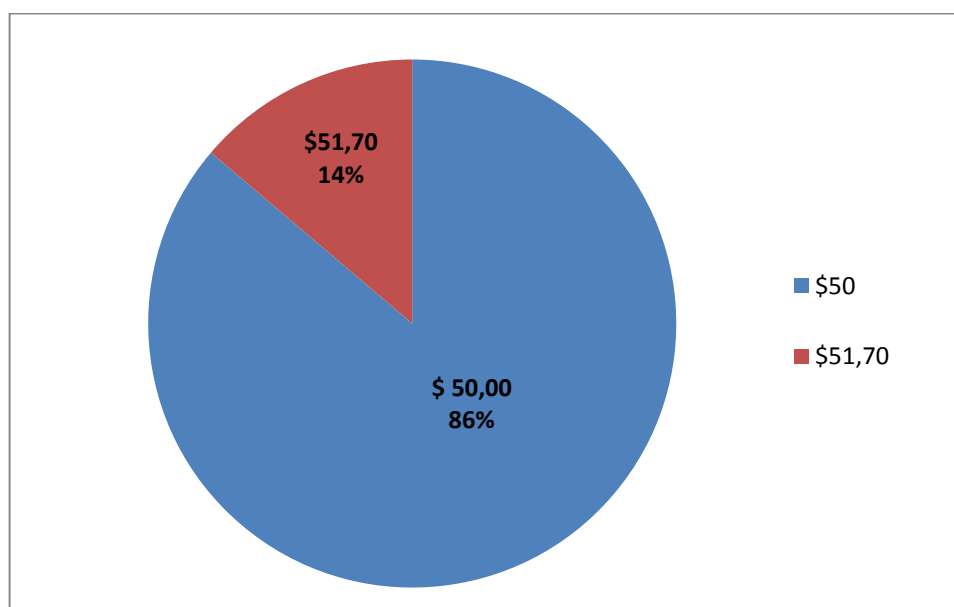
Tabla N° 13. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de overoles en ripstop.

FACTOR	VALOR
De \$50,00	75
De \$51,70	12
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 11 Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de overoles en ripstop.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

Se puede observar en el gráfico N° 10 la frecuencia de compra de overoles en tela ripstop, es anual con el 55% produciendo una demanda de 10.128 unidades, el 42% de empresas encuestadas prefieren realizar pedidos semestralmente con una demanda de 3.798 unidades, finalmente el 2% y el 1% prefieren realizar pedidos cada cuatro meses y menor a dos meses respectivamente produciendo una demanda de 1.121 total. El valor pagado por prenda se presenta en el gráfico N° 11, el 86% ha pagado por cada unidad \$50,00 mientras que el 14% ha cancelado \$51,70 por cada uno.

OVEROLES DE TRABAJO EN GABARDINA

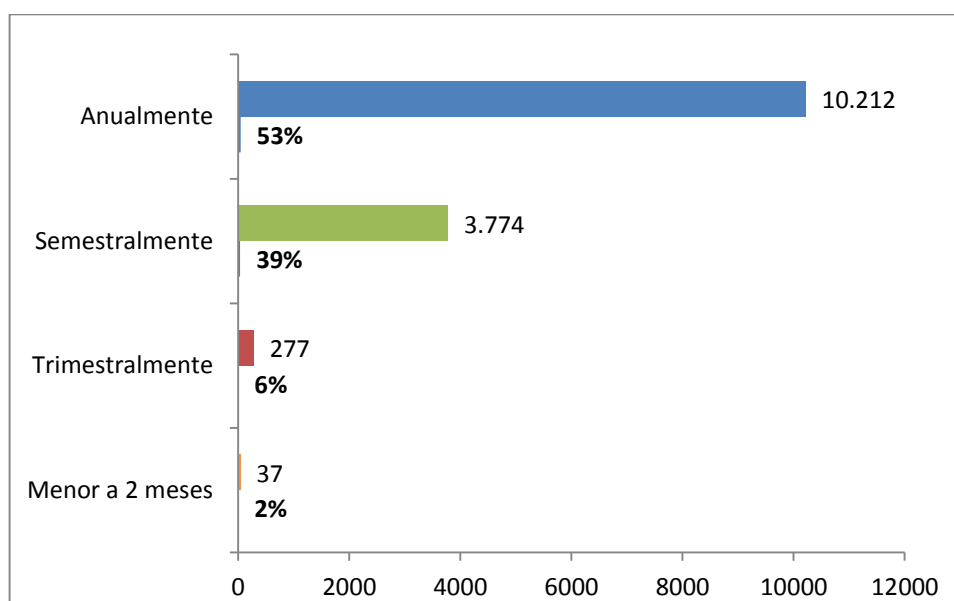
Tabla N° 14. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra overoles en gabardina.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	2	37
Trimestralmente	5	277
Semestralmente	34	3.774
Anualmente	46	10.212
TOTAL	87	14.300

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 12. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual overoles en gabardina.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

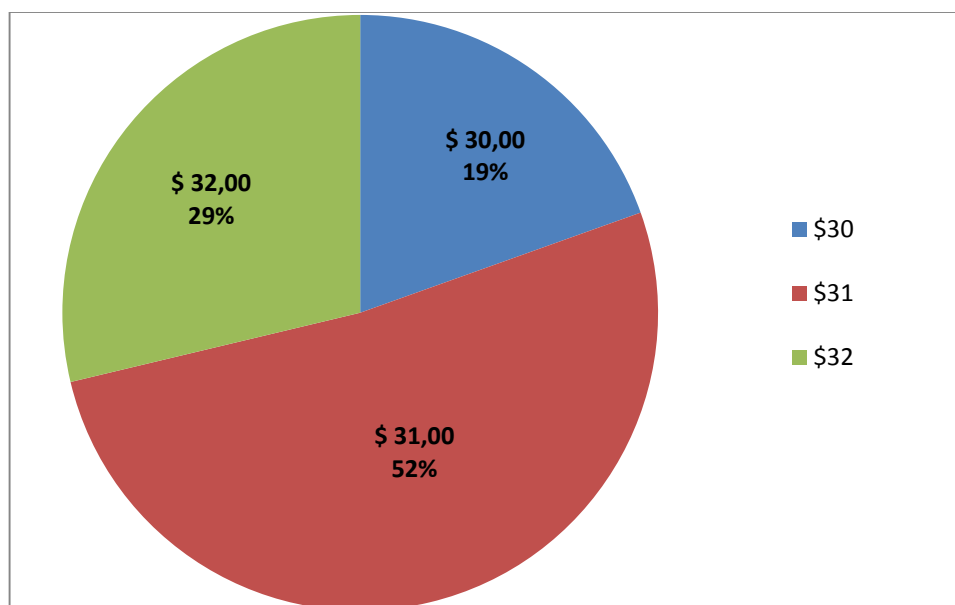
Tabla N° 15. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de overoles en gabardina.

FACTOR	VALOR
\$ 30,00	17
\$ 31,00	45
\$ 32,00	25
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 13. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de overoles en gabardina.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

En el grafico N° 12 se puede ver que el 53% prefiere realizar pedido cada año presentando una demanda por unidad de 10.212, el 39% afirmo realizar pedidos dos veces al año produciendo una demanda de 3.774 unidades, finalmente el 6% y 2% dijo realizar compras trimestralmente y menor a dos meses respectivamente; presentando una demanda total de 314 unidades. El precio pagado por cada overol en gabardina es de \$30,00 con el 19%, mientras que el 52% afirmó haber cancelado por cada uno \$31,00 y finalmente el 29% de las empresas encuestadas dijo haber pagado \$32,00.

PONCHOS DE AGUA /IMPERMEABLES

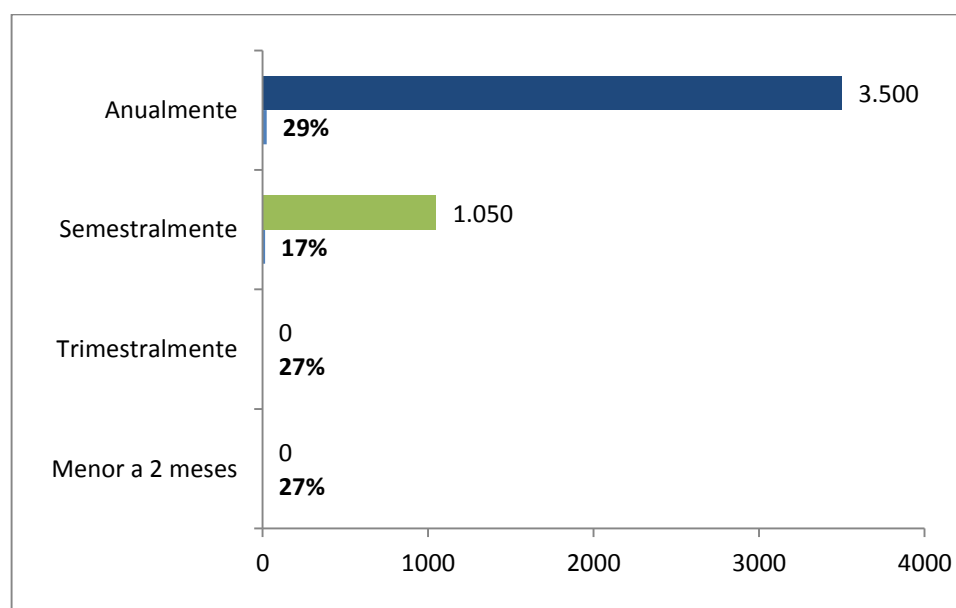
Tabla N° 16. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra ponchos de agua/impermeables.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	0	0
Trimestralmente	0	0
Semestralmente	15	1.050
Anualmente	25	3.500
TOTAL	87	4.550

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 14. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual ponchos de agua/impermeables.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

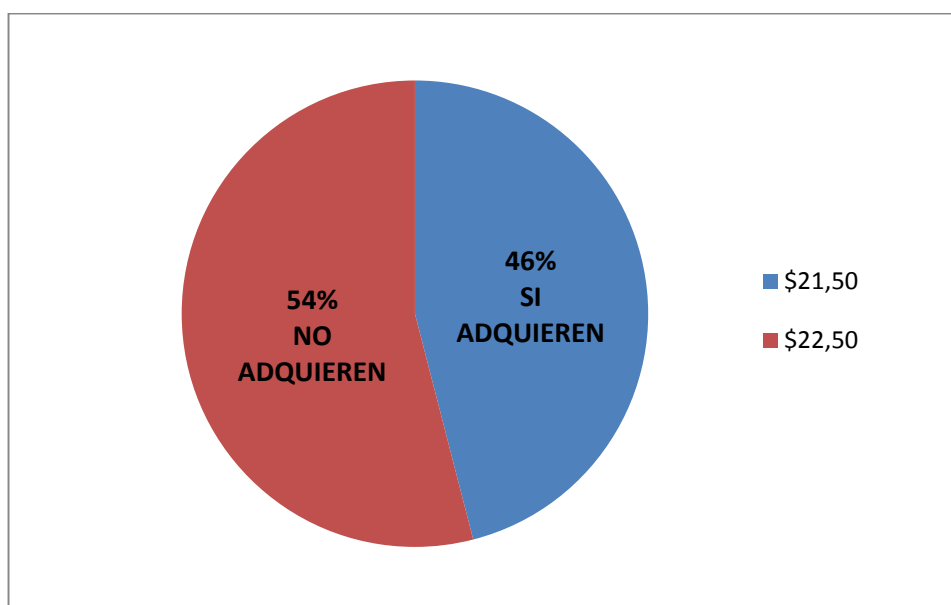
Tabla N° 17. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de ponchos de agua/impermeables.

FACTOR	%
\$21,50	46%
\$22,50	54%
TOTAL	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 15. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de ponchos de agua/impermeables.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

Como se observa en el gráfico N° 14 la frecuencia de compra de ponchos impermeables es anualmente con el 29% presentando una demanda de 3.500 unidades, el 17% de las empresas encuestadas afirmó realizar pedidos dos veces al año proporcionando una demanda de 1.050 unidades, en cuanto a las frecuencias de compra trimestral y menor a dos meses no se registra ningún movimiento. El precio que se ha pagado por cada prenda es de \$21,50 representando el 46%, mientras que el 54% cancela \$22,50.

TERNO CHUBASQUERO

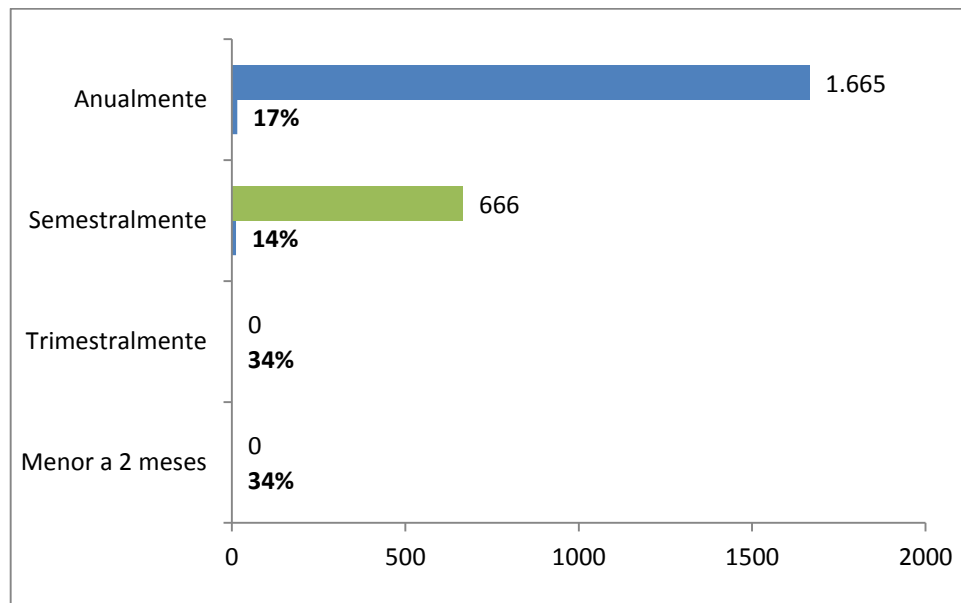
Tabla N° 18. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra terno chubasquero.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	0	0
Trimestralmente	0	0
Semestralmente	12	666
Anualmente	15	1.665
TOTAL	87	2.331

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 16. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual terno chubasquero.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

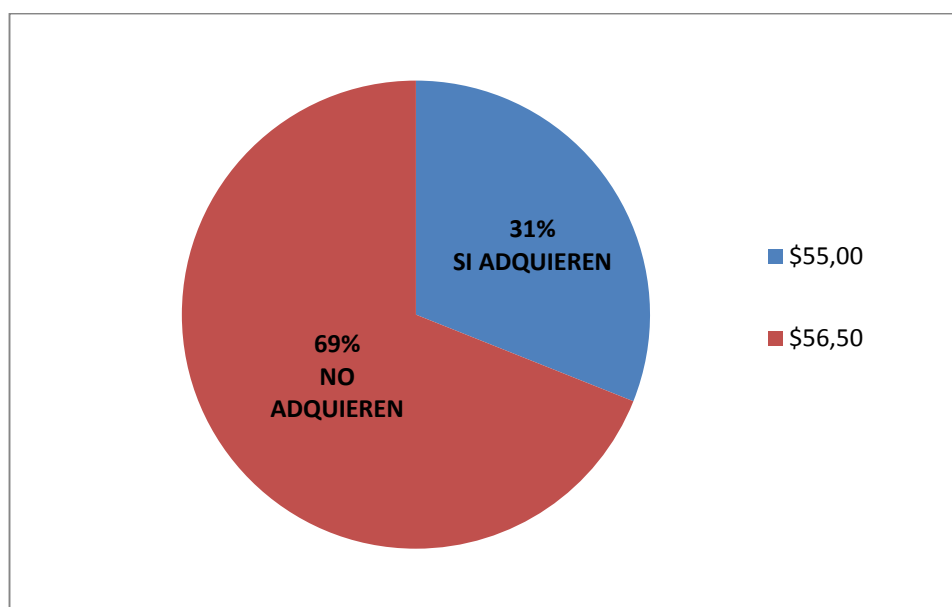
Tabla N° 19. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra terno chubasquero.

FACTOR	%
\$55,00	31%
\$56,50	69%
TOTAL	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 17. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de terno chubasquero.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

Los resultados que presenta el grafico N° 16 de acuerdo a la frecuencia de compra se tiene que simplemente el 17% realiza pedidos cada año con una demanda mínima de 1.665 unidades anuales, mientras que el 14% realiza pedidos dos veces al año con un volumen de 666 unidades cada seis meses, en cuanto a las frecuencias de compra trimestral y menor a dos meses no se registra ningún movimiento. El precio que se pagado por cada terno chubasquero impermeable es de \$55,00 con un porcentaje del 31%, y la diferencia mencionó no haber registrado ninguna compra, representando el 69%.

MANDILES

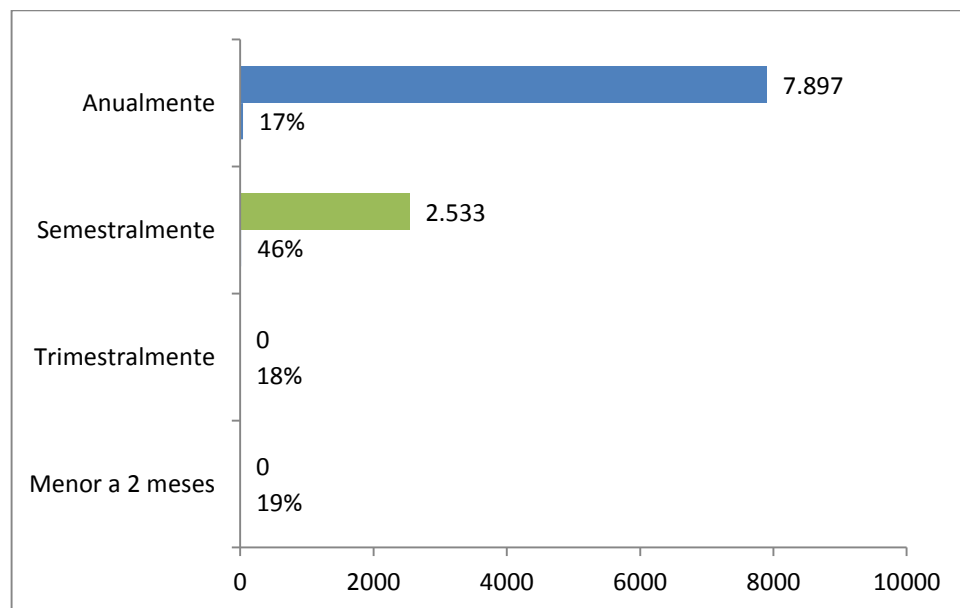
Tabla N° 20. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra mandiles.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	0	0
Trimestralmente	0	0
Semestralmente	15	2.533
Anualmente	40	7.897
TOTAL	87	10.430

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 18. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volúmen compra anual mandiles.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

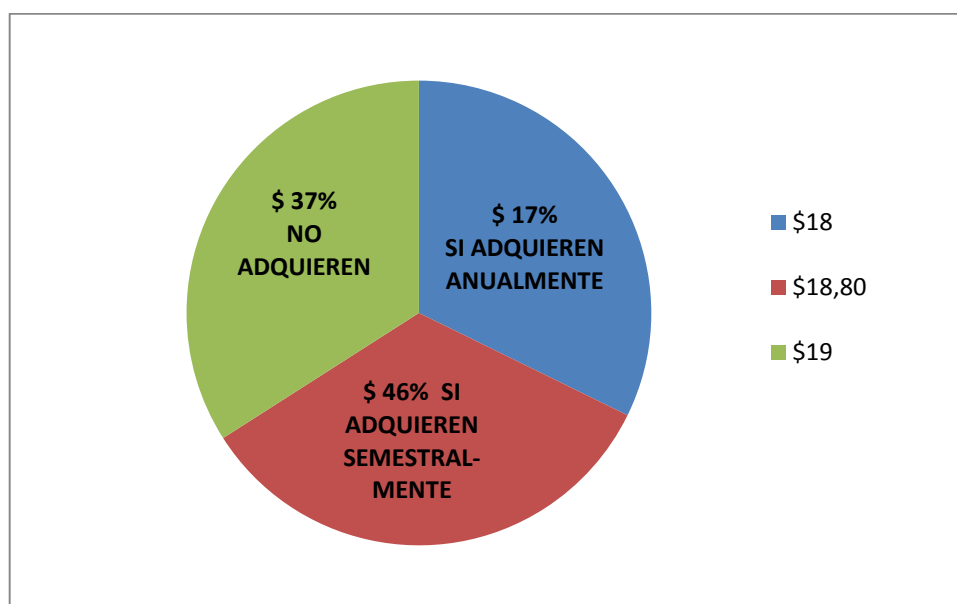
Tabla N° 21. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra mandiles.

FACTOR	%
\$ 18,00	17%
\$ 18,80	46%
\$ 19,00	37%
TOTAL	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 19. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de mandiles.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

En el gráfico N° 18 se puede observar que el 17% de las empresas encuestadas realiza pedidos cada año con un volumen de compra anual total de 7.897 unidades, mientras que el 46% mencionó realizar pedidos 2 veces al año con una demanda total de 2.533 unidades, finalizando con el 18% tanto para consumo trimestral y menor a dos meses donde no se registró ninguna adquisición de mandiles. El valor que se ha pagado por esta prenda es de \$18,00 con el 17%, mientras que el 46% dijo haber pagado 18,80 por dicha prenda, finalizando con el 37% que mencionó no haber registrado ninguna compra.

CHALECOS REFLECTANTES

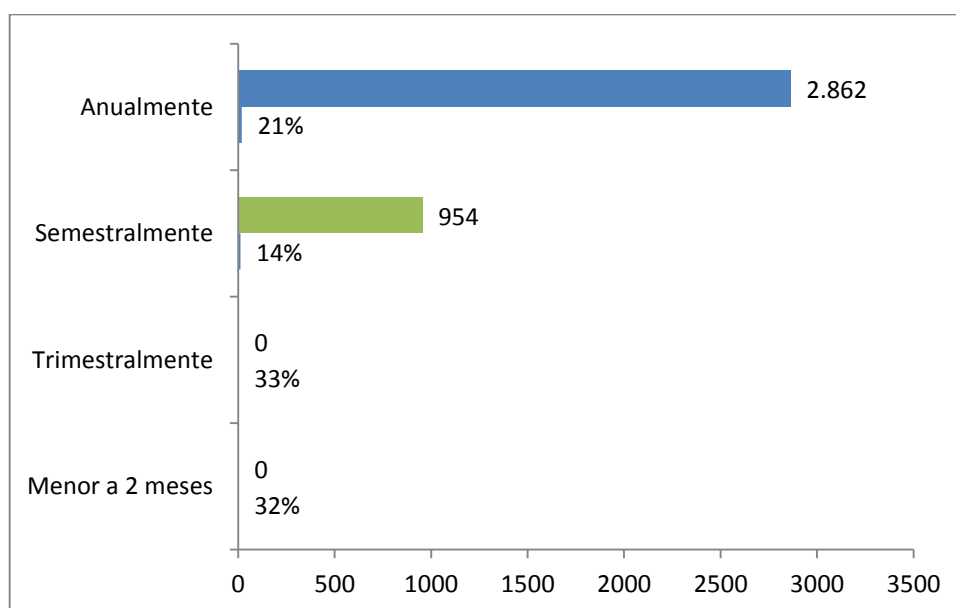
Tabla N° 22. Tabulación pregunta N° 2 - frecuencia de compra chalecos reflectantes.

FACTOR	FRECUENCIA	CANTIDAD
Menor a 2 meses	0	0
Trimestralmente	0	0
Semestralmente	12	954
Anualmente	18	2.862
TOTAL	87	3.816

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 20. Pregunta N° 2 - frecuencia de compra y volumen compra anual chalecos reflectantes.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

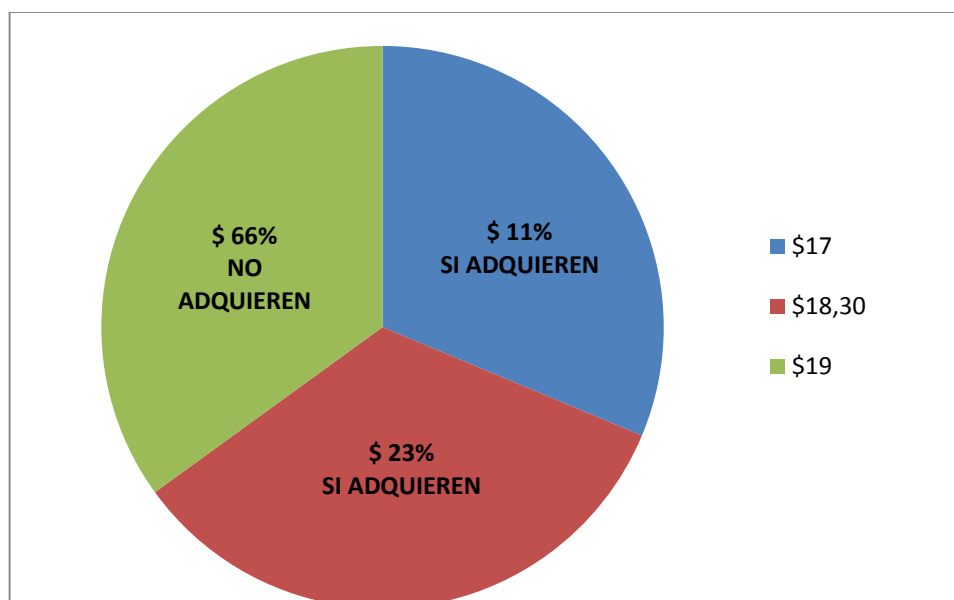
Tabla N° 23. Tabulación pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de chalecos reflectantes.

FACTOR	%
\$ 17,00	11%
\$ 18,30	23%
\$ 19,00	66%
TOTAL	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 21. Pregunta N° 2 - precio pagado por la compra de chalecos reflectantes.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

El gráfico N° 20 presenta los resultados sobre frecuencia de compras ubicando al consumo anual en el 21% con una demanda de 2.862 unidades, el 14% de las empresas encuestadas afirmó realizar pedidos semestralmente presentando una demanda de 954 unidades. El 33% y 32% representan al consumo trimestral y menor a dos meses respectivamente donde no se registra ninguna adquisición de esta prenda. El precio pagado por cada chaleco reflectante es de \$17,00 representando el 11%, mientras el 23% afirmó haber cancelado por cada prenda el valor de \$18,30, finalizando con el 66% donde no se registra ninguna compra de dicho producto.

3. ¿Cómo califica el servicio de la empresa que lo atendió en su última adquisición?

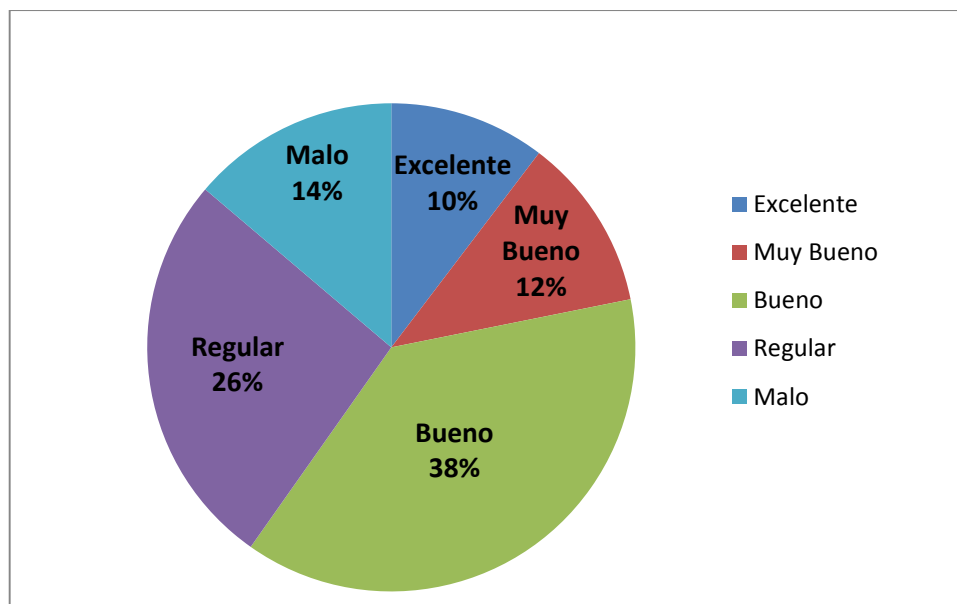
Tabla N° 24. Tabulación pregunta N° 3

FACTOR	VALOR
Excelente	9
Muy Bueno	10
Bueno	33
Regular	23
Malo	12
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 22. Pregunta N° 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

Los datos obtenidos de la encuesta indican que el 38% de las empresas encuestadas consideran que el servicio de la empresa que lo atendió en su última adquisición fue bueno, mientras que el 26% respondió que el servicio fue regular, seguido del 14% que indicó que el servicio fue malo, mientras que el 12% opinó que el servicio de la empresa fue muy buena, porque cumplió con sus requerimientos y finalmente el 10% contestó que el servicio fue excelente, lo que se determina que un mínimo porcentaje de empresas ofrecen un servicio de calidad para la entera satisfacción de los clientes.

4. ¿Indique porqué razones se siente satisfecho de la compra realizada de los productos antes mencionados?

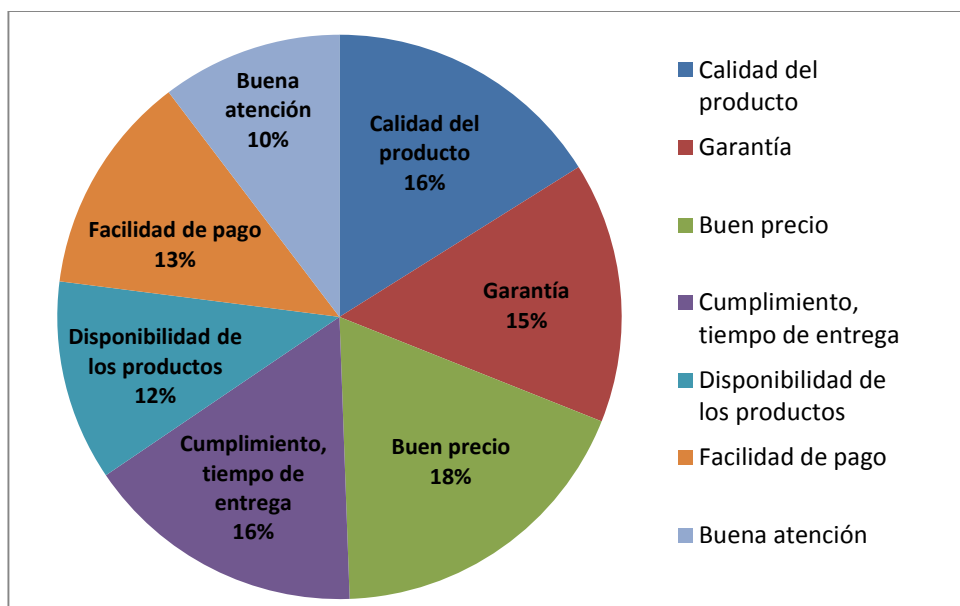
Tabla N° 25. Tabulación pregunta N° 4

FACTOR	VALOR
Calidad del producto	14
Garantía	13
Buen precio	16
Cumplimiento, tiempo de entrega	14
Disponibilidad de los productos	10
Facilidad de pago	11
Buena atención	9
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 23. Pregunta N° 4



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

El nivel de satisfacción del cliente (empresas industriales) se caracteriza de la siguiente manera: el 18% opina que un buen precio de las prendas es importante al momento de cerrar un negocio, el 16% afirma que prefiere calidad en los productos, ya que es imprescindible la durabilidad de los mismos, el cumplimiento y tiempo de entrega de las prendas representa el 16%, mientras que el 15% de las empresas encuestadas consideran que la garantía es importante para mantener buenas relaciones comerciales, el 13% considera que se debe ofrecer facilidades de pago cuando se trata de grandes contratos, el 12% opina que la disponibilidad de productos es necesaria al momento de adquirir las prendas de trabajo y finalmente se tiene el 10% que considera la buena atención como un factor necesario al momento de negociación.

5. En base a las siguientes condiciones. ¿Qué motivó la compra de las prendas de trabajo?

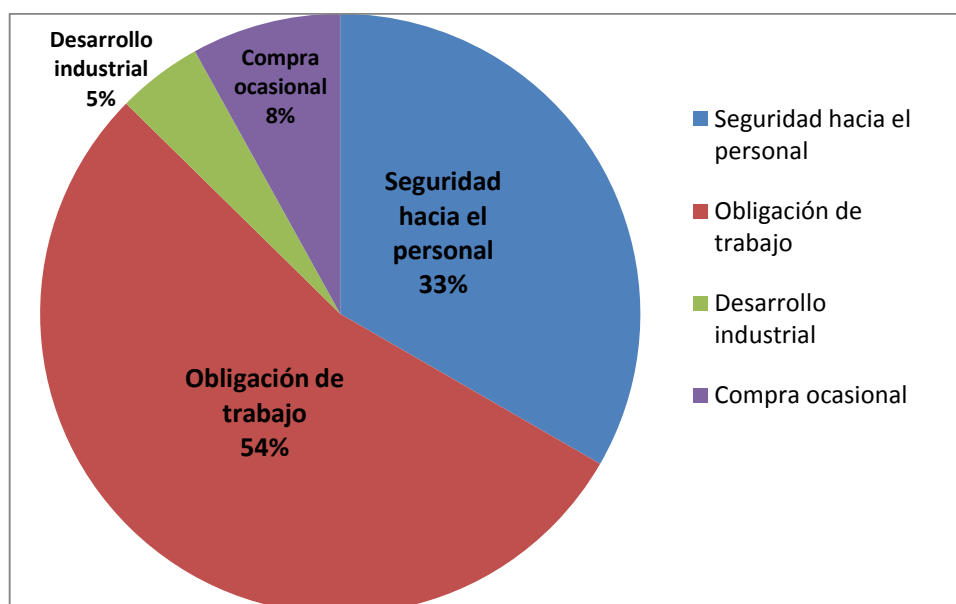
Tabla N° 26. Tabulación pregunta N° 5

FACTOR	VALOR
Seguridad hacia el personal	29
Obligación de trabajo	47
Desarrollo industrial	4
Compra ocasional	7
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 24. Pregunta N° 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

El 54% de las empresas encuestadas afirmó que adquieren ropa de trabajo por obligación laboral, ya que si no se cumple con esta disposición el empleador tiene que atenerse a las actuales leyes gubernamentales, el 33% opinó que lo hace por la seguridad del personal, ya que si se suscitare algún accidente éste se encontraría protegido y no tendría que incurrir a gastos innecesarios con sus empleados, mientras que el 8% consideró que simplemente realiza compras ocasionales y finalmente el 5% de las empresas opinó que lo hace por el desarrollo industrial, ya que al cumplir con estos requerimientos laborales pueden mejorar la productividad de sus empresas.

6. Si tuviera que realizar otra compra. ¿Regresaría a la misma empresa donde adquirió sus productos?

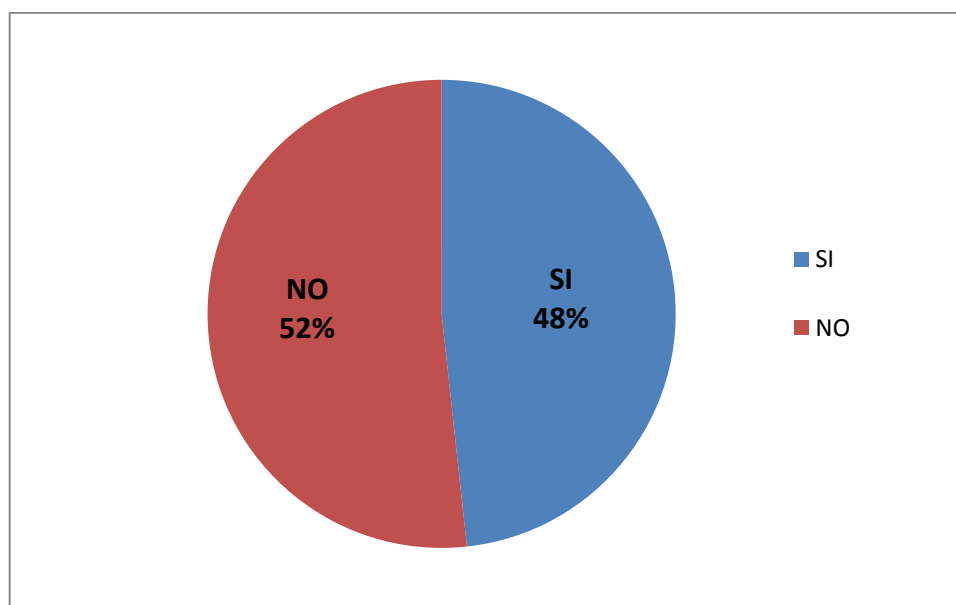
Tabla N° 27. Tabulación pregunta N° 6

FACTOR	VALOR
SI	42
NO	45
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 25. Pregunta N° 6



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

Como se puede observar el 52% de las empresas encuestadas afirman que no regresarían a la empresa donde realizaron su última adquisición, por lo que ésta no cumplió con sus requerimientos. Mientras que el 48% admitió regresar a la misma empresa donde realizó su última adquisición, por no conocer de otras empresas que se dediquen a esta actividad y que le brinden las garantías y seguridades del producto ofertado.

7. ¿Cuándo usted desea el servicio de confección de prendas de vestir para trabajo industrial, porqué medio lo hace?

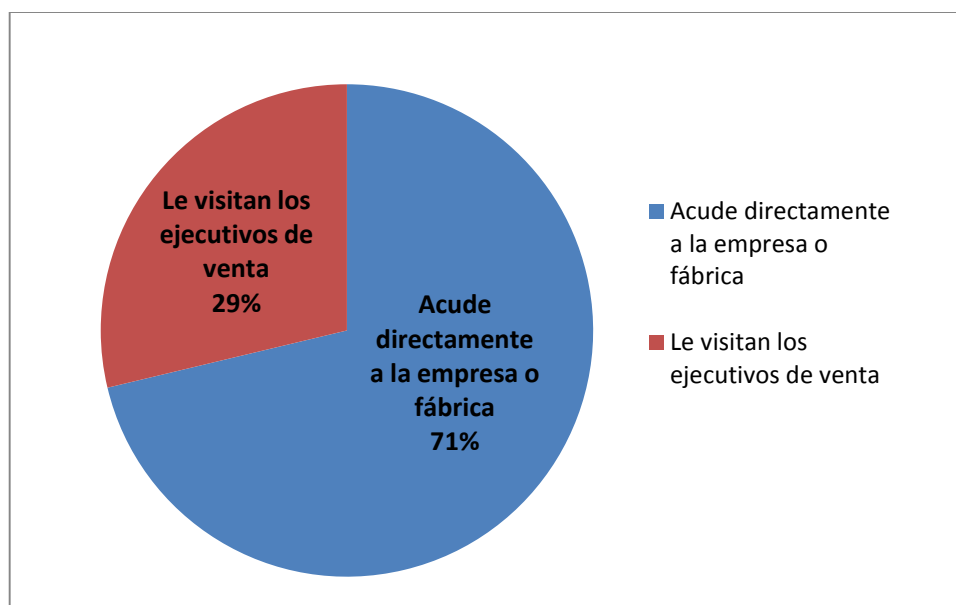
Tabla N° 28. Tabulación pregunta N° 7

FACTOR	VALOR
Acude directamente a la empresa o fábrica	62
Le visitan los ejecutivos de venta	25
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 26. Pregunta N° 7



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

De acuerdo al resultado de la encuesta se tiene que el 71% de las empresas encuestadas afirman acudir directamente a la empresa o fabrica a realizar sus compras, mientras que el 29% confirmó realizar sus compras a través de las visitas de los ejecutivos de venta, ya que dijo tener mayor seguridad y verificar personalmente el tipo de insumos que se van a emplear en la confección de dichas prendas.

8. ¿Si se le ofreciera calidad, garantía y entrega a tiempo de sus prendas de trabajo estaría dispuesto a cambiar de proveedor?

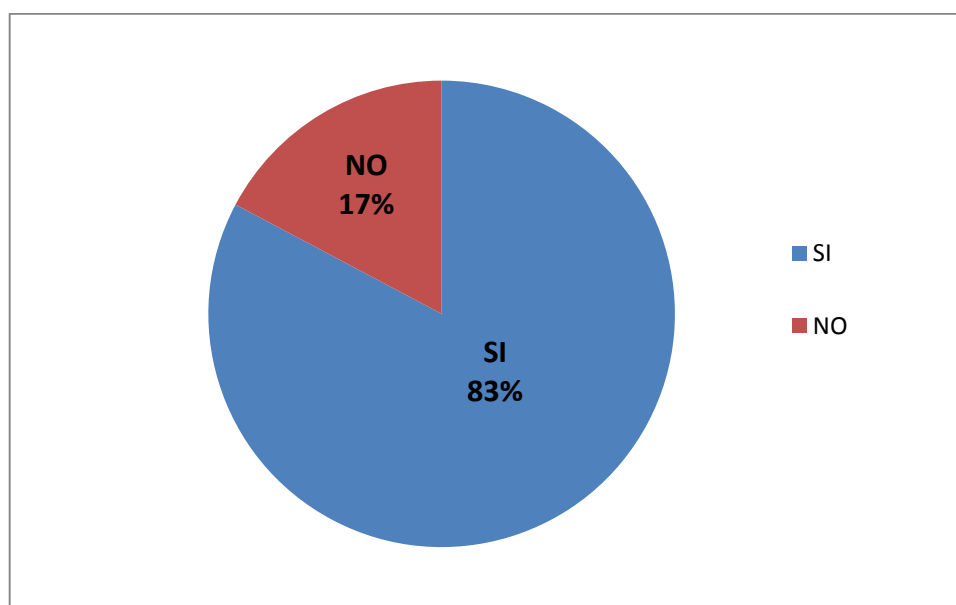
Tabla N° 29. Tabulación pregunta N° 8

FACTOR	VALOR
SI	72
NO	15
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 27. Pregunta N° 8



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

Como se puede observar el 83% de las empresas encuestadas está de acuerdo en cambiar de proveedor, ya que consideran que es importante que se ofrezca calidad, garantía y entrega a tiempo de las prendas, mientras que el 17% opinó que no cambiaría de proveedor, por lo que se siente a gusto con la empresa que le proporciona este servicio.

9. ¿Si se creara, en el sur de Quito una sucursal que ofrece prendas de trabajo de seguridad industrial de calidad y con mejores beneficios, estaría dispuesto/a a incluirlo dentro de sus nuevas alternativas de opción de compra?

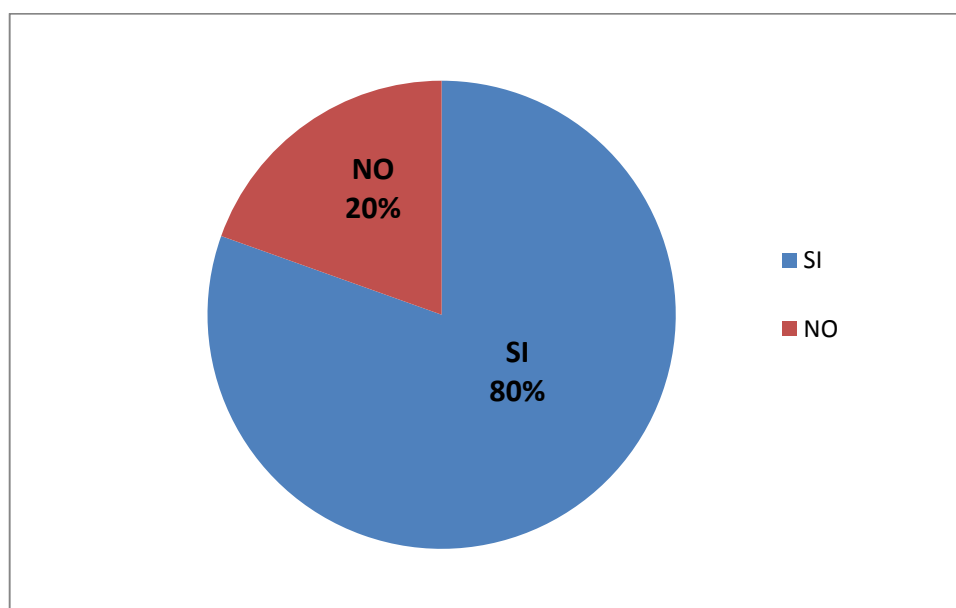
Tabla N° 30. Tabulación pregunta N° 9

FACTOR	VALOR
SI	70
NO	17
TOTAL	87

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 28. Pregunta N° 9



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis de los resultados

De acuerdo a los resultados de la encuesta se obtuvo que el 80% de las empresas afirman incluir dentro de sus opciones de compra a Coppola del Ecuador como nuevo proveedor, siempre y cuando se considere los requisitos antes mencionados en la pregunta N° 9, mientras que el 20% dijo no considerar dentro de sus opciones, ya que por lo general no realizan compras de prendas de trabajo sino que lo hacen ocasionalmente.

2.5. Análisis de la demanda del mercado objetivo

Según Andrade menciona que:

“Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca” (Andrade, 2005, pág. 215).

Para cuantificar la demanda se aplicó la encuesta, a los administradores de las empresas industriales que se ubican en el sur de la ciudad de Quito, el propósito de esta fuente de información, fue obtener la demanda actual que existe en el campo de la producción de ropa de trabajo industrial, para posteriormente proyectar la demanda a futuro con datos viables.

La investigación de mercado que se realizó en el sur de la ciudad de Quito a través de la observación de campo permitió determinar que aproximadamente existen 112 empresas industriales, de acuerdo a los resultados obtenidos por medio de la encuesta el 80% de las empresas industriales encuestadas manifestó incluir a Coppola del Ecuador dentro de sus nuevas alternativas de compra, representando este porcentaje como los posibles consumidores para el producto del proyecto.

Los 87 administradores de la muestra que fueron encuestados y que si demandan los productos ofertados, representan sobre la muestra el 80%, como la muestra es representativa de la población total o universo, se aplica el valor de este porcentaje al valor total de la población que compone el potencial mercado de consumo que es de 112 empresas industriales de referencia y de esta manera podrá calcularse la demanda actual.

De los cuales corresponde:

Tabla N° 31. Mercado potencial del proyecto

Empresas	Universo	Mercado no demandado	Mercado potencial
Empresas Industriales	112	22	90
Total	112	22	90

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

2.5.1. Demanda actual

Para conocer la demanda por prenda hay que considerar la frecuencia de compra y la cantidad de consumo aproximada de cada prenda que se va a ofertar, para ello se ha basado en la información recabada de la encuesta, pregunta N° 2 en el cual respondieron de la siguiente forma:

Tabla N° 32. Demanda total anual real

PRENDAS	Cantidad	Menor a 2 meses	Cada trimestre	Cada semestre	Cada año
Pantalones de trabajo en ripstop	48.876	3	8	28	48
Pantalones de trabajo en jeans	39.288	3	4	10	70
Camisas formales	34.781	3	5	32	47
Ponchos de agua/impermeables	5.600	0	0	15	25
Terno chubasquero impermeable	2.997	0	0	12	15
Mandiles	12.963	0	0	15	40
Camisetas algodón	33.477	0	4	34	49
Chalecos reflectante	4.770	0	0	12	18
Overoles de trabajo en ripstop	22.340	1	2	36	48
Overoles de trabajo en gabardina	19.090	2	5	34	46
DEMANDA TOTAL ANUAL REAL:	224.182				

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Obteniendo de esta manera que la demanda de prendas de trabajo industrial para el año 2013 asciende a **224.182** prendas.

2.5.2. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda forma parte del estudio de mercado a través de la identificación de una demanda potencial que pueda sustentar las ventas actuales y futuras del proyecto, la importancia de la misma es para obtener valores cercanos a la realidad.

La proyección de la demanda procurará determinar la demanda futura, es decir la cuantía de prendas de vestir de trabajo industrial que el mercado consumirá del proyecto.

Según Zeballos, hay dos enfoques para proyectar la demanda:

- 1.- El enfoque cualitativo.
- 2.- El enfoque cuantitativo.

Métodos cualitativos

La importancia de los métodos cualitativos en la predicción del mercado se manifiestan cuando los métodos cuantitativos basados en información histórica no pueden aplicar por si solos el comportamiento futuro o esperado de algunas de sus variables, o cuando no existen suficientes datos históricos.

Dentro de los métodos cualitativos los más conocidos son:

- Jurado de opinión ejecutiva.- Se reúnen las opiniones de un grupo pequeño de gerentes de alto nivel, que juntas estiman la demanda.

- Compuesto del departamento de ventas.- Se pide a cada vendedor proyectar sus ventas. Como el vendedor es el más cercano al mercado tiene la capacidad de conocer la demanda de los clientes.
- Método delphi.- Se identifica un panel de expertos en el que los expertos pueden ser gerentes, empleados comunes, o expertos del sector. A cada uno de ellos se les solicita individualmente su estimación de la demanda.
- Encuesta del mercado de consumidores.- Se pregunta a los clientes sobre sus planes de compras y su comportamiento de compras proyectado.

Métodos Cuantitativos

Modelos causales.- Los modelos causales, a diferencia de los métodos cualitativos, intentan proyectar el mercado sobre la base de antecedentes cuantitativos históricos; para ello, suponen que los factores condicionantes de los comportamientos históricos de alguna o todas las variables del mercado permanecerán estables.

Los modelos causales de uso más frecuente son:

- Modelo de regresión lineal, exponencial, potencial, logarítmica, cuadrática, gompertz, etc.

Modelos de series de tiempo.- Los modelos de series de tiempo se refieren a la medición de valores de una variable en el tiempo a intervalos espaciados uniformemente. El objetivo de la información histórica es determinar un patrón básico en su comportamiento que posibilite la proyección futura de la variable deseada.

Los modelos de series de tiempo más frecuente son:

- “Modelo de tendencia, factor cíclico, fluctuaciones estacionales, variaciones no sistemáticas” (Zeballos, 2010, pág. 57)

Para el análisis de la proyección de la demanda se va utilizar el modelo de series de tiempo, el mismo que se explica en la cita anterior y a continuación se presenta la fórmula para la determinación de la demanda proyectada:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

“De acuerdo a la asociación de industriales textiles del Ecuador (AITE, 2012) el patrón de crecimiento en el sector manufacturero de prendas de vestir durante los últimos años ha sido creciente a una tasa promedio del 1,1% anual” (Asociación de industriales textiles del Ecuador, 2012, pág. 57).

Del estudio se desprende que existe una demanda potencial importante que debe ser cubierta por la oferta.

Para realizar la proyección de la demanda utilizamos la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

C_n = Valor futuro

C_o = Valor inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Número de períodos.

Tabla N° 33. Proyección de la demanda

AÑOS	DEMANDA
2013	226.648
2014	231.662
2015	239.391
2016	250.099
2017	264.161

Fuente: Encuesta

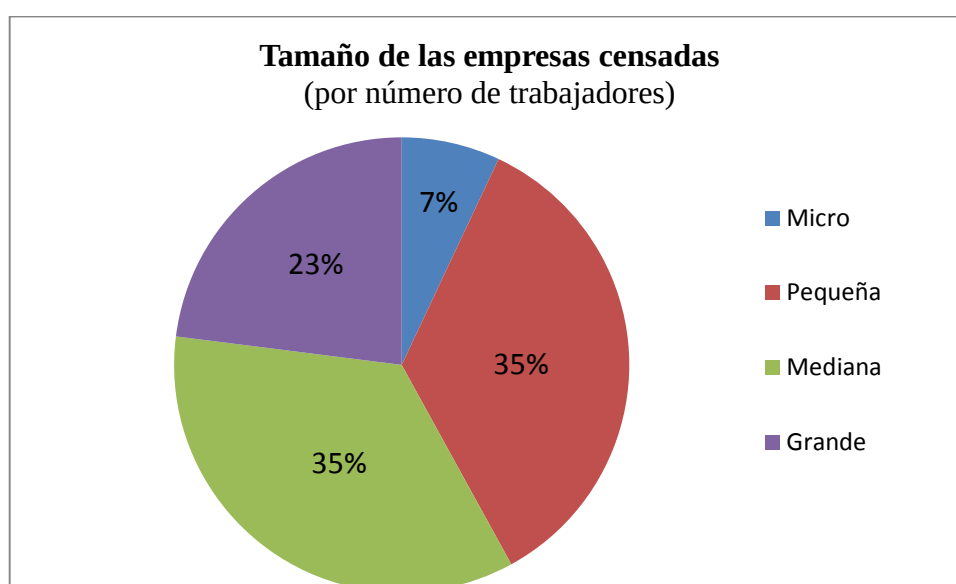
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

2.6. Análisis de la oferta

Según Baca, menciona que: “la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2000, pág. 46).

En este caso la oferta está dada por las empresas que se dedican a la confección de uniformes y ropa de trabajo, por lo tanto de acuerdo a los datos proporcionados por la AITE se tiene que las micro empresas comprenden el 7%, las pequeñas el 35%, las medianas empresas el 35% y las grandes el 23%, por lo que de acuerdo a estas información se puede deducir que el conjunto de esta empresas está en capacidad de cumplir con la demanda anual actual de mercado. De acuerdo a la normativa ecuatoriana las empresas se caracterizan en micros, pequeñas, medianas y grandes empresas, en cuanto a la clasificación de tres variables, como son: número de trabajadores, ventas y activos por lo que de acuerdo a la asociación de industriales textiles del Ecuador (AITE) se presenta el siguiente grafico:

Gráfico N° 29. Tamaño de las empresas textiles



Fuente: Encuesta textil-confección AITE 2010
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Para determinar la oferta actual se va a tomar en consideración aquellas empresas que de acuerdo al número de trabajadores está en capacidad de cubrir la demanda para ello, se va a tomar como competencia a las medianas y grandes empresas que representan el 58%, mediante investigación propia y de acuerdo a información proporcionada de la cámara de la pequeña industria (CAPEIPI) se determinó que los competidores más fuertes en el mercado son los siguientes:

- El uniforme Cía. Ltda.
- Salvimpex Cía. Ltda.
- Merac industria textil Cía. Ltda.
- Importexa Cía. Ltda.
- FrankImport Cía. Ltda.

2.6.1. Oferta Actual

La oferta actual está dada por las empresas que mayor fuerza tienen en el mercado, por lo que en la tabla No.34 se presenta la participación en el mercado y su oferta anual. De acuerdo a los resultados del análisis lo que se obtiene es una oferta considerable.

Tabla N° 34. Oferta actual

Grandes Empresas	Participación mercado	Producción diaria	Producción mensual	Producción anual
El uniforme Cía. Ltda.	18,50%	173	3.456	41.474
Salvimpex Cía. Ltda.	12,80%	120	2.391	28.695
Merac industria textil Cía. Ltda.	11,35%	106	2.120	25.445
Importexa Cía. Ltda.	11,23%	105	2.098	25.176
FrankImport Cía. Ltda.	11,12%	104	2.077	24.929
TOTAL OFERTA				145.718

Fuente: AITE, 2010, pág.69

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

2.6.2. Proyección de la oferta

Tabla N° 35. Proyección de la oferta

AÑOS	OFERTA
2013	147.321
2014	150.580
2015	155.604
2016	162.564
2017	171.704

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

2.7. Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella demanda en la que el producto no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado, para determinar esta demanda se realiza un análisis de la cantidad demandada y ofertada durante los años proyectados y de los resultados obtenidos de la investigación se concluye que la cantidad demandada es superior a la cantidad ofertada la misma que se presenta en la siguiente tabla.

Tabla N° 36. Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	226.648	147.321	79.327
2014	231.662	150.580	81.082
2015	239.391	155.604	83.787
2016	250.099	162.564	87.535
2017	264.161	171.704	92.456

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

De acuerdo a la capacidad de la planta de la sucursal de la empresa COPPOLA que se prevé instalar en el sur de la ciudad de Quito, se estima de acuerdo a la maquinaria instalada que se va a cubrir el 10% de la demanda insatisfecha, a continuación se presenta en la tabla N° 37.

Tabla N° 37. Participación estimada del mercado de la empresa COPPOLA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	% PARTICIPACIÓN	TOTAL PARTICIPACIÓN
2013	79.327	10%	7.933
2014	81.082	12%	9.730
2015	83.787	14%	11.730
2016	87.535	16%	14.006
2017	92.456	18%	16.642

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

2.8. Estrategias de marketing

Según Kotler, menciona que marketing es “el proceso social y administrativo por medio del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación, el intercambio de productos y valores con otros.” (Kotler P. , 2001, pág. 87).

Con el fin de obtener los mejores resultados en la aplicación de este proyecto, es necesario aplicar bien las estrategias de marketing, considerando el marketing mix como la estrategia primordial para el conocimiento del producto o servicio y también para satisfacer las necesidades del cliente cuando solicita los servicios de confección de prendas para trabajo industrial.

Ya que lo importante en la utilización del marketing es conocer profundamente las necesidades, gustos y preferencias del consumidor, para así poder ofrecer un producto o servicio que satisfaga a plenitud, de aquí se desglosa las 4 p's del marketing que se las analizará a continuación.

2.8.1. Estrategias del producto y/o servicio

Al ser un producto que ya existe actualmente en el mercado, es de mucha importancia elaborar estrategias, que se ajusten a las necesidades de la empresa, con la finalidad de llegar a ocupar un lugar importante en el mercado de la confección de prendas de vestir para trabajo industrial.

Las estrategias que se utilizarán para la aplicación del producto, son las siguientes:

Producto:

Para que el producto cuente con gran acogida en el mercado, es necesario crear estrategias que permitan al proyecto llegar a cumplir con sus objetivos y las cuales lo diferencien en el mercado:

- Contar con el personal adecuado, para la confección de prendas de vestir de trabajo industrial.
- Brindar asesoramiento a las empresas de acuerdo a la actividad que se dediquen, es parte del producto que se ofrece, por lo tanto los clientes tendrá la posibilidad de realizar sus propuestas y recibir una idea mejorada para poder ser aceptada. Al hablar de una idea mejorada se está hablando de que en el proyecto, se contará con asesoramiento de imagen para el personal de la empresa, de lo cual se realizará un estudio para la correcta confección de prendas.

- La tela con la que se confeccionará las prendas, será adquirida por los mejores fabricantes del Ecuador, que ofrezcan materia prima de calidad y con variabilidad de colores.
- Los clientes tendrán la posibilidad de elegir de una variable gama de colores, sin embargo existirá la posibilidad de recibir una propuesta de colores que no existen en la base de la empresa, ya que el proyecto contará con proveedores capaces de crear colores especiales bajo pedido.
- Los colores de las prendas de los trabajadores y los logotipos de las mismas, será exactamente los mismos de los logotipos e imágenes con los que participan en el mercado.
- Las prendas de vestir serán confeccionadas de acuerdo a la medida de todos y cada uno de los trabajadores.
- Cada prenda de vestir contará con la etiqueta correspondiente y con las indicaciones de lavado y planchado de la misma.
- Los uniformes serán confeccionados con la tela apropiada, la cual estará de acuerdo a los estudios del tipo de trabajo al cual se encuentran expuestos los trabajadores, con el fin de ofrecer seguridad al utilizar la prenda de vestir.
- El empaque en el cual se entregará los uniformes a cada uno de los trabajadores será un protector de ternos, con el logotipo de la empresa.

2.8.2. Estrategias de precios

“Una estrategia de precios es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios iniciales y a lo largo del ciclo de vida del producto con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se

persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general” (Promonegocios.net, 212).

Las estrategias que se aplicarán para el proyecto, se encontrarán basadas en los costos, la cantidad y en la forma de pago, por lo que se presenta las siguientes estrategias:

Fijación de precios de descuento y complemento: Se basa en la teoría de "recompensar" a los clientes por ciertas respuestas, como pagar anticipadamente el producto, comprar por cantidades o fuera de temporada.

Dentro de esta estrategia se tiene:

- Descuento en efectivo: Reducción del precio para los compradores que paguen el producto dentro de una cierta fecha.
- Descuento por cantidad: Reducción del precio para los compradores que adquieran el producto en grandes cantidades.
- Descuento por temporada: Reducción del precio para los compradores que adquieran productos fueran de temporada, ya que al ser un producto que las empresas no adquieren todas las épocas del año sino en inicio del mismo, se otorgará descuentos a las empresas que si lo hagan.

Estrategias de precios basadas en el producto:

- Trabajar con tiempos establecidos de producción, que se ajusten a la calidad del producto, para prescindir de exceso de mano de obra no esenciales que pueden aumentar el precio del producto final.

- Negociación con los proveedores, para alcanzar acuerdos relacionados con descuentos especiales por las compras realizadas.
- Realizar periódicamente un estudio de los costos de producción y costos de competidores para no elevar el precio del producto teóricamente.
- La persona destinada al área de corte deberá poseer la suficiente experiencia, ya que será quien deberá optimizar la materia prima principal que es la tela, evitando sacar retazos grandes, lo que ayudará a disminuir el costo del producto para el consumidor.

2.8.3. Estrategias de plaza (distribución)

Kotler y Armstrong afirma que: “plaza también conocida como posición o distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta” (Kotler P. &., 2008, pág. 63). Sus variables son las siguientes:

- Canales
- Cobertura
- Surtido
- Ubicaciones
- Inventario
- Transporte
- Logística

Entonces se entiende todo lo relacionado con la manera de hacer llegar el producto al cliente. Esto incluye desde los mismos vendedores hasta la manera de transportar el producto al lugar donde se encuentre el cliente y/o clientes.

El canal de distribución utilizado por la empresa es un canal directo, ya que se pretende ofrecer al consumidor el costo más reducido.

Gráfico N° 30. Canal de distribución directo



Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz
Fuente: Empresa Coppola

2.8.4. Estrategías de promoción

“Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por promoción de ventas, fuerza de venta o venta personal, publicidad, relaciones públicas, y comunicación interactiva” (Kotler & Kelvin, 2006).

Al ser la creación de la sucursal de una empresa que existe ya hace 17 años en el mercado que se dedica a la confección de ropa de trabajo, que tiene su fábrica en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi y una reciente sucursal en el norte de esta ciudad, desea instalar una nueva sucursal en el sur de la ciudad para brindar una mejor atención a los clientes de dicho sector, por lo que la promoción es uno de los principales factores para el éxito del crecimiento y desarrollo de la empresa, lo cual requiere mucha atención la publicidad que se utilice a fin de posicionarse en el mercado, que entre otras será:

Añadir la dirección de la nueva sucursal en la página web y realizar una publicidad llamativa los primeros meses para que los clientes tengan conocimiento acerca de la nueva sucursal.

Además, realizar la promoción de las prendas industriales, mediante algunos medios, como por ejemplo: catálogos, folletos, periódicos, internet, revistas, accesibles al presupuesto del proyecto; para que de esta manera las personas se puedan enterar de la calidad de las prendas de trabajo.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Estudio técnico del proyecto

Baca, menciona que:

“El estudio técnico tiene la finalidad de determinar la localización óptima del proyecto, determinar el tamaño más conveniente, analizar la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, identificar y describir los procesos y por último analizar la determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto; es importante debido a que en cada fase se puede conocer si es factible o no el proyecto.

Mediante el estudio técnico se busca encontrar respuesta a las siguientes preguntas: ¿dónde? ¿cuánto? ¿cuándo? ¿cómo? y ¿con qué? producir, es decir, con el estudio técnico - operativo de un proyecto comprende todo a todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto.” (Baca, 2000, pág. 108)

Los objetivos para realizar el estudio técnico del proyecto son los siguientes:

- Analizar el tamaño óptimo, la localización del negocio, las instalaciones y la organización.
- Establecer la posibilidad técnica de la comercialización del producto y servicio.
- Conocer el aspecto legal estableciendo las entidades que se encuentren relacionadas, y las leyes que permitirán la operación normal del establecimiento.
- Realizar un estudio organizacional del proyecto.

3.2. Tamaño del proyecto

“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año” (Baca, 2000, pág. 112).

Para el presente estudio es preciso utilizar toda la capacidad instalada para la producción de ropa de trabajo, para cubrir la demanda del sur de la ciudad de Quito.

En lo que respecta a la capacidad de la empresa, el tamaño estará relacionado directamente con la demanda del proyecto, el mismo que va a reflejar el número estimado de unidades que se va a vender.

3.2.1. Factores determinantes del proyecto

Para determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones mutuas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas y las alternativas de tamaño.

El proyecto cuenta con los siguientes factores que determinan su tamaño:

3.2.1.1. El mercado

El mercado en el cual se desarrollará la sucursal de la empresa COPPOLA será en el sur de la ciudad de Quito, en el cual se enfocará a la confección de ropa de trabajo para empresas industriales. Al tener un porcentaje del 80% de empresas que desean que se cree una sucursal de la empresa en sur de la ciudad, el cual es un porcentaje alto y significativo del mercado, tomando en cuenta que se buscará satisfacer a la demanda insatisfecha del mercado, es decir a 79.327 prendas al 2013, todos estos

factores determinan el escenario en el cual se ejecutará el proyecto y el tamaño que se requiere de acuerdo a la demanda que se busca satisfacer.

3.2.1.2. Disponibilidad de recursos financieros

Para la ejecución del presente proyecto se dispone del 48% de recursos propios y el 52% se buscará financiamiento en una institución financiera del Distrito Metropolitano de Quito, debiendo indicar que en la ciudad existen varios bancos privados y de desarrollo, que están promocionando líneas de crédito para las actividades productivas, por tanto se recurrirá al banco que disponga de la línea de crédito más adecuada para este tipo de actividad.

Cabe mencionar que existen algunas fuentes de financiamiento a las cuales se puede recurrir, para cubrir con el 52%, correspondiente a la inversión, entre las cuales se tiene:

- Organismos bancarios privados.
- Cooperativas de ahorro y crédito.
- Instituciones públicas.
- Créditos de casas comerciales.

3.2.1.3. Disponibilidad de mano de obra

Actualmente en el Distrito Metropolitano de Quito, se puede encontrar mano de obra altamente calificada y especializada en la confección y diseño de prendas de vestir, por lo tanto se puede decir que el proyecto podrá contar con trabajadores de calidad, los cuales serán seleccionados mediante un programa de selección correcto.

Igualmente en el Distrito Metropolitano de Quito cuenta con personas de otras ciudades las cuales pueden ser aptas para la ejecución del proyecto después de haber hechos cursos, haber obtenido un título en corte y confección, diseño, etc., por lo tanto se puede concluir que el proyecto cuenta con mano de obra disponible para su establecimiento.

3.2.1.4. Disponibilidad de insumos y materia prima

La empresa trabajará exclusivamente con materia prima tanto nacional y extranjera, por lo que al analizar el mercado, el Ecuador cuenta con industrias textiles, las cuales ofrecen al mercado materia prima de calidad.

Una de las empresas más importantes que se dedica a la producción de todo tipo de tela es SINTOFIL C.A., la cual dispone de una amplia gama de telas aptas para la confección de todo tipo de prendas de trabajo. De igual manera existen otras empresas nacionales a las cuales se puede recurrir para la obtención de materia prima e insumos elaborados en el país.

3.2.1.5. Disponibilidad de tecnología

Para la confección de prendas de trabajo se requiere de maquinaria industrial y semindustrial y equipo manual, las mismas que si se pueden encontrar y adquirirlos en el Distrito Metropolitano de Quito.

De igual manera, los equipos de computación con los que contará la empresa se los puede adquirir en dicho mercado.

3.2.2. Capacidad de producción

3.2.2.1. Tamaño óptimo

Urbina menciona que: “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año” (Baca Urbina, 2000, págs. 108-112).

Para el presente estudio va a ser preciso utilizar toda la capacidad instalada para la producción de prendas de trabajo, para cubrir la demanda de mercado del sur de la ciudad de Quito. Cabe mencionar que se iniciará a cubrir la demanda insatisfecha con la finalidad de demostrar la factibilidad de este proyecto.

3.3. Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. El estudio de localización se refiere tanto a la macro localización como micro localización de la empresa, llegándose hasta la ubicación precisa del lugar de su ubicación. Por esa razón es importante determinar de manera correcta el sitio donde se instalará la empresa.

3.3.1. Macro localización

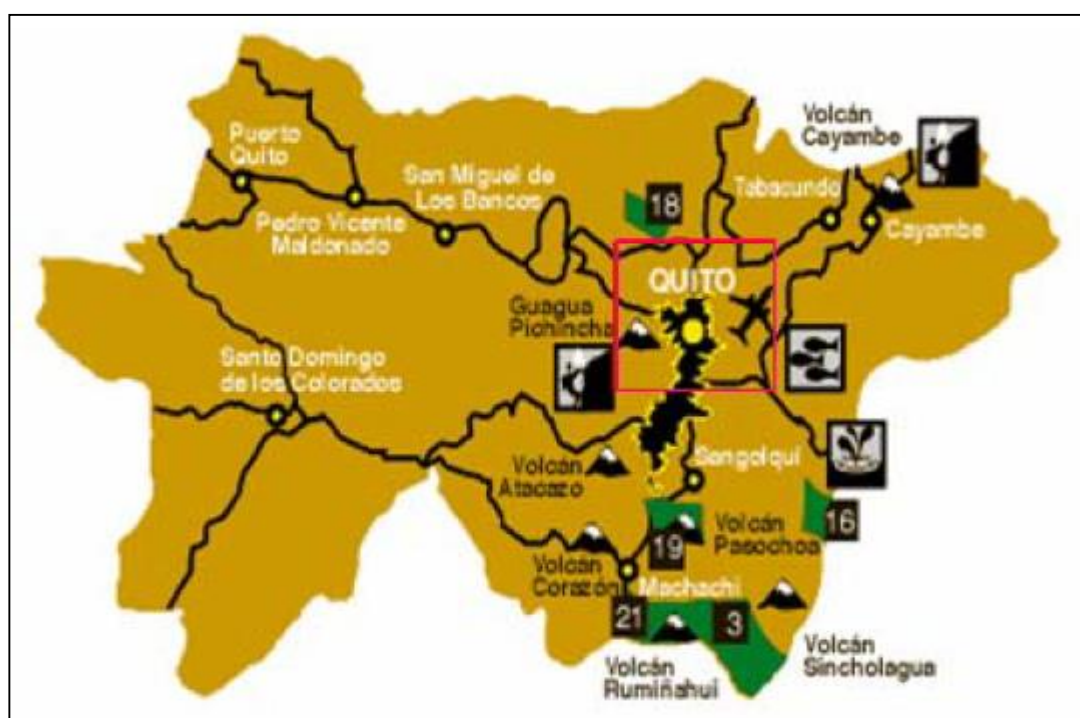
“Su estudio consiste en definir la zona región, provincia, área geográfica en la que se debería localizar la unidad de producción, tratando de disminuir los costos totales de transporte.” (Caldas, 1994, pág. 56)

El proyecto se localizará en la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito, el cual se analizará más a fondo el lugar exacto donde se instalará la empresa de confección de prendas de trabajo, en dicha ciudad existen varias empresas en las cuales los trabajadores por razones de seguridad, optan por utilizar uniformes adecuados para

sus labores, al ser una ciudad con bastante movimiento comercial, lo cual hace que esto constituya un lugar óptimo para ofrecer prendas de trabajo, ya que existe una gran concentración de la población económicamente activa.

A continuación se presenta un mapa de la ubicación del Distrito Metropolitano de Quito, en la Provincia de Pichincha:

Gráfico N° 31. Mapa de la ubicación de la ciudad de Quito



Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Fuente: www.google.com.ec/maps?hl=es-4196&tab=wl

3.3.2. Micro localización

La micro localización es aquella que determina la instalación definitiva del proyecto, partiendo de la región determinada en la macro localización. El lugar donde se establecerá la empresa es en el cantón Quito, se realizará mediante el método cualitativo por puntos, el cual permitirá identificar el sitio más adecuado para la localización del proyecto.

Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador.

Al comparar las dos localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo a una escala predeterminada como por ejemplo de cero a diez. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.

Lo pasos a seguir:

- Elaborar una lista de factores relevantes.
- Asignar un peso a cada factor de acuerdo a su importancia.
- Fijar una escala a cada factor.
- Calificar a cada sitio, el cual dependerá de varios aspectos como disponibilidad, costos de cada uno de los factores entre otros, después multiplicar la calificación por el peso.
- Sumar la puntuación y elegir la máxima puntuación.

3.3.2.1. Factores para determinar la micro localización del proyecto

La ubicación de este proyecto favorece a factores como:

- Disponibilidad de medios y costos de transporte.
- Cercanía a las fuentes de abastecimiento de materias primas e insumos.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terreno.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Condiciones legales y políticas.

En forma general se debe analizar tres factores considerados predominantes, denominados como factores ambientales. Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo como son los servicios básicos, electricidad, agua potable, protección contra incendios, medios de comunicación pública y seguros, que son con los que cuenta la instalación del proyecto.

Las condiciones sociales y culturales tienen que ver con la calidad y confiabilidad de los trabajadores en potencia que van a colaborar con la industria. Las consideraciones legales y políticas se refieren a la obtención de los permisos correspondientes para realizar la construcción de la planta, permisos de funcionamiento, tratamiento de los desechos, impuestos, etc.

Tabla N° 38. Matriz locacional método de implantación óptima por puntos

FACTORES	Peso Relativo%	ALTERNATIVAS			
		ZONA 1 - Quitumbe		ZONA 2 – Solanda	
		Calificación	C/ponderada	Calificación	C/ponderada
Disponibilidad de medios y costos de transporte	10%	9	0,9	9	0,90
Cercanía a las fuentes de abastecimiento de materias primas e insumos	10%	6	0,60	4	0,40
Disponibilidad y costo de mano de obra	10%	8	0,80	7	0,70
Cercanía del mercado	30%	9	2,70	6	1,80
Costo y disponibilidad de terreno	15%	7	1,05	6	0,90
Disponibilidad de agua, energía y otros suministros	10%	10	1,00	10	1,00
Comunicaciones	10%	10	1,00	10	1,00
Condiciones legales y políticas	5%	7	0,35	6	0,30
TOTAL	100%		8,40		7,00

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

De acuerdo al análisis de los factores, la mayor puntuación de 8,40 indica que se escogerá la zona 1 que corresponde a la parroquia de Quitumbe, debido principalmente a que se dispone del terreno, el mismo que formaría parte de los activos de la empresa y del proyecto a ejecutarse, representando de esta manera un elemento atractivo para la ejecución de las obras, así como también la distancia existente entre las empresas industriales que se ubican en este sector.

3.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto comprende como la etapa dentro de la elaboración de un proyecto de inversión, donde se detallan todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

El desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería comprende definir lo siguiente:

- Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo.
- Lugar de implantación del proyecto.
- Las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los productos.
- Los requerimientos de los recursos humanos.
- Las cantidades requeridas de insumos y productos.
- Diseñar el plano funcional y material de la planta productora.

Entonces, la ingeniería del proyecto comprende la instalación y puesta en marcha del negocio, donde se trata de utilizar de mejor manera los recursos económicos, humanos y el tiempo. Los recursos comprenden iluminación, equipos y modulares, la distribución que se determine influirá directamente en la optimización de los mismos.

3.4.1. Proceso de producción

El proceso de producción tiene como objeto definir las operaciones físicas que hay que realizar para transformar las materias primas en productos. La producción es el proceso de conocer el uso de las técnicas de gestión que se emplean para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado, dando como consecuencia la transformación de los recursos en productos finales.

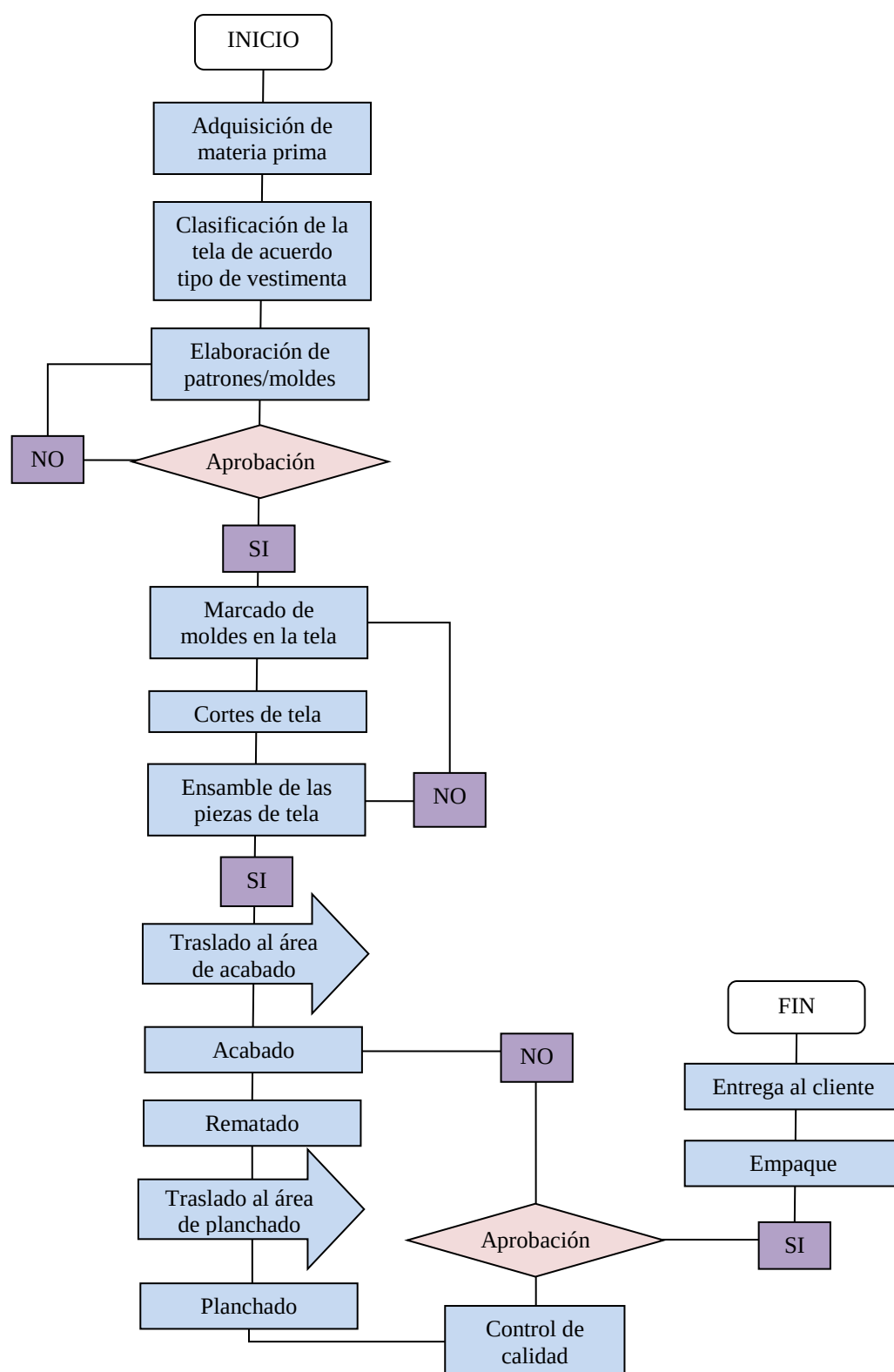
La empresa buscará obtener como productos finales la ropa de trabajo, para los empleados de las empresas, los cuales serán el producto de un control exhaustivo, desde el momento de la adquisición de la materia prima, hasta el momento de la entrega de los mismos.

3.4.2. Diagrama de flujo

El diagrama de flujo es la mejor forma de especificar los detalles del proceso productivo. Este diagrama utiliza una serie de símbolos con significados especiales, que son la representación gráfica de los pasos de un proceso que se realiza para entender mejor al mismo.

El siguiente diagrama de flujo del proceso de operación de la empresa demuestra de una manera resumida, la actividad desde el momento que los asistentes de ventas se ponen en contacto con el cliente, hasta el momento de la entrega total de los uniformes y ropa de trabajo, de acuerdo a la actividad, gustos y preferencias de los clientes.

Gráfico N° 32. Diagrama de flujo proceso de producción



Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

3.4.2.1. Descripción del proceso de producción

El proceso productivo en la empresa de confección de ropa de trabajo comienza una vez que está finalizado el diseño de la prenda a confeccionarse, el diseño consiste en la elaboración de moldes de las prendas, realizado por el diseñador una vez examinado el contrato.

Se explica a continuación el proceso de producción de confección de ropa de trabajo:

Moldes: En esta área se prepara los moldes en el sistema o manualmente en cartones, se crea el molde de acuerdo al pedido del consumidor, talla, modelo etc., si el molde es realizado en el computador esta se imprime en las máquinas plotter que permiten que se ilustre en tamaño real.

Trazo: Se tiempla la tela cuidadosamente, se ubican los moldes y con la tiza sastre se dibuja de acuerdo al patrón diseñado.

Corte: En esta área una vez recibida los moldes o plantillas se tiempla la tela y cuidadosamente, se corta en la tela de acuerdo a los moldes. Se deberá verificar el número de prendas a ser confeccionadas, colores, tallas, etc.

Ensamble: En esta sección se unen y se cosen las piezas con ayuda de diversos tipos de máquinas de coser, integrando así la prenda de vestir. Las telas incluyen guías para que la costura sea precisa.

Colocación de habilitaciones: En este punto se le agregan a las prendas de vestir cierres, botones, resortes, bordados entre otros. Los patrones (dibujos) indican el lugar en donde se deben colocar estas habilitaciones.

Rematado: En este punto se corta todos los hilos sobrantes, realizando ya una inspección general del producto.

Planchado: La prenda se plancha con una determinada temperatura dependiendo del material de la tela. En este punto se pueden realizar los dobleces especiales que lleve la prenda.

Control de calidad: El supervisor que es una persona técnica en el área, debe revisar cuidadosamente la prenda final.

Empaque: Después de haber pasado por el control de calidad, el uniforme se empaca dentro de una funda plástica para evitar que se manche o se ensucie, de igual manera se deberá verificar el orden de pedido, número de prendas y tallas.

Tabla N° 39. Tiempos en los procesos de producción de las prendas de trabajo

DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES								
	Trazo	Corte	Ensamble	Colocación habilitaciones	Remates	Planchado	Control calidad	Empaque	Total
Pantalones de trabajo	10 min	15 min	120 min	10 min	10 min	10 min	13 min	12 min	200 min
Camisas formales	15 min	25 min	60 min	15 min	5 min	10 min	12 min	10 min	152 min
Camisetas	10 min	10 min	15 min	-	5 min	3 min	2 min	5 min	50 min
Ponchos de agua	10 min	10 min	30 min	5 min	3 min	-	3 min	5 min	66 min
Overoles	15 min	35 min	60 min	10 min	15 min	15 min	12 min	10 min	172 min
Terno chubasquero	20 min	60 min	120 min	20 min	15 min	-	12 min	10 min	267 min

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

3.4.3. Requerimiento de materia prima e insumos

Las telas son la principal materia prima, existiendo de estas una gran variedad de tipos que incluyen una amplia gama de colores. Algunos tipos de tela que se puede mencionar son: ripstop, algodón, jean, gabardina, poliéster con recubrimiento pvc, etc. La demás materia prima incluye: los productos auxiliares (hilos, botones, cintas, elástico, broches, cierres, etiquetas, empaques, etc.). En cuanto al equipo y herramientas se necesita de máquinas de coser ya sea eléctrica o de pedal.

El mobiliario necesario para este tipo de trabajo son las mesas para corte, sillas para las operarias y un espejo para que el cliente pueda observar cómo le queda la prenda. Por lo general para cada uno de estos productos existe suficientes proveedores en las ciudad de Quito, unos ofertan productos de calidad y otros proveedores productos de menor calidad, todo depende de la elección del productor de ropa.

- **Materia prima e insumos**

Los principales materiales que son empleados en la confección de prendas son: telas, hilos, cierres, botones, broches, etiquetas, empaques. Los costos dependen de la calidad, procedencia y lugar de compra.

Tabla N° 40. Requerimiento materia prima e insumos

Materia prima e insumos
Telas
Hilos
Cierres
Botones
Broches
Etiquetas
Empaques
Reglas
Alfileres con cabeza
Tiza
Cinta métrica

Tijeras
Carretes, bobinas
Desarmadores
Percheros
Canastillas

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

3.4.4. Requerimiento de maquinaria, enseres y equipos

Los equipos, muebles y enseres entre otros, que se requerirá para el funcionamiento:

Tabla N° 41. Requerimiento de maquinaria, enseres y equipo

MAQUINARIA	CANTIDAD
• Máquina atracadora	1
• Máquina bordadora	1
• Máquina ojaladora/ botonera	1
• Máquina cortadora	1
• Máquina recta	3
• Máquina doble aguja	1
• Máquina overlock	2
• Máquina recubridora	1
• Plancha industrial	1
ENSERES	
• Mesa de madera de corte	1
• Mesa de madera	1
• Sillas	10
• Espejo	2
• Escritorio	3
• Estanterías	2
EQUIPOS	
• Computador	3
• Impresora/escáner	1
• Teléfono/Fax	2

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipo

- **Máquina atracadora**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=maquina+atracadora&sa>

Esta máquina se utiliza para hacer atraques de prendas en tela pesada, como jeans, ropa de trabajo.

Marca: Juki

Característica:

- Velocidad de 3000 puntadas por minuto.
- Motor servo electrónico.
- Lubricación automática.
- Tamaño de atraque 40mm x 30mm.

- **Máquina bordadora**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=maquina+bordadora&biw=>

Esta máquina sirve para bordar el diseño después de escalarlo hacia arriba o abajo y rotarlo.

Características:

- Modelo compacto con soporte desmontable.
 - Área de bordado de 500 mm * 360 mm.
 - 12 agujas.
 - Velocidad máx. en plano 1000 SPM.
 - Salta puntadas accionado por motor.
 - Cortados accionado por motor.
-
- **Máquina ojaladora botonera**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=maquina+ojaladora+botonera&biw=773&bih>

Característica:

Esta máquina puede ayudar a configurar cualquier tipo de ojal deseado, tiene las funciones de ciclo de costura, contador de producción y auto-diagnóstico. Es adecuada para coser pantalones jeans, prendas de trabajo, uniformes y muchas otras prendas de vestir.

- **Máquina cortadora**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=maquina+cortadora+de+tela&biw=>

Características:

Cortadora de telas VS 13 pulgadas, velocidad variable hasta 32 cm de altura de corte, pesada para jeans, telas plásticas y todo lo que funcione con otras cortadoras ya que se baja la velocidad y corta sin fundir las telas.

- **Máquina recta**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=maquina+recta&biw=773&bih=>

Esta máquina ayuda para la costura de materiales livianos y pesados, es una máquina de alta velocidad, estable, baja vibración y de bajo nivel de ruido.

Especificaciones técnicas:

- Velocidad máxima 5500 ppm.
- Largo de puntada 0-5 Mm.
- Altura del pie prensa telas 6 Mm.
- Aguja 16x231.

- **Máquina doble aguja**



Fuente: <http://spanish.alibaba.com/product-free/juki-double-needle-sewing-machine->

Especificaciones:

Máquina de coser Juki doble aguja para arriba el soporte de mesa y el motor servo Juki de doble aguja de coser, stand up de mesa con el motor servo. La máquina alcanza la más alta velocidad de costura de 4,000 sti/min como un semi- seco- la cabeza de la máquina, contribuye a un aumento de la productividad. Simples ajustes de la máquina y la sustitución de medidores se han habilitado el ahorro de tiempo y esfuerzo en el mantenimiento.

- **Máquina overlock**



Fuente: <http://quito.olx.com.ec/vendo-maquina-overlock-y-recubridora-marca-juki-iid-91811142>

Característica:

La maquina overlock cose costuras, ajusta el exceso de tela y sobre cierra bordes, todo en un simple paso. Se destaca su cama plana y brazo libre para el fácil manejo y control del sobrecerrado de puños, mangas y cualquier otra necesidad de costura tubular, ahorrando tiempo y produciendo acabados profesionales.

- **Máquina recubridora**



Fuente: http://www.sewingmachinechina.es/2_2cm-927-pl.html

Características de la máquina de coser recubridora industrial de 2 agujas (alta velocidad, dos agujas, sin tirador del recuadro):

- Voladizo tubular: conveniente para coser juntas de mangas, pantalones y otros productos de tela.
- Equipado con un sistema extractor mecánico interior conectado con el eje principal hace que el arrastre la alimentación de la aguja y el avance del pie se den de manera correspondiente

Especificaciones:

- Modo: costura de cadeneta de 2 agujas.
- Velocidad: max 4, 000s.p.m.
- Longitud de costura: 1.2-4.2mm.
- Numero de agujas: 2.

- **Plancha industrial**



Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=plancha+industrial&biw=773&bih>

Generador de vapor con caldera de 2 litros, carcasa y caldera de acero inoxidable, plancha de mano industrial.

Especificaciones:

- Generador de vapor con salida.
- Control de vapor variable, plancha en seco y en spray.
- Doble termostato y termo fusible de seguridad.
- Protección de seguridad para sobrecalentamiento.
- Recipiente construido totalmente en aluminio inyectado de gran espesor.
- Manómetro de presión.

3.4.5. Requerimiento mano de obra

La mano de obra requerida para este proyecto deberá contar con la suficiente experiencia en la rama artesanal de confección. De acuerdo a la producción proyectada se estableció el equipo y herramientas que se emplearán en la empresa y de igual manera se pudo determinar que la empresa inicialmente contará con 12 personas distribuidas según las siguientes funciones:

- 8 Operarios y/o operarias, con experiencia en manejo de máquinas industriales.
- 1 Supervisor con experiencia en control de calidad de prendas de vestir.
- 1 Administrador.
- 1 Contadora / Secretaria.
- 1 Vendedor.

En algunos casos dependiendo de la producción algunas personas realizarán doble función especialmente la persona de corte y rematado por inicio de actividades, hasta mediano y largo plazo se prevé según se incremente la producción contratar más personal.

3.4.6. Distribución de la planta

Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Considerar la distribución efectiva de la planta dentro de la organización permitirá reducir la pérdida de tiempo, lo que eventualmente ocasiona retraso en la producción de ropa de trabajo, como cualquier otra organización, se encuentra distribuida en áreas estratégicas de lo cual se espera lograr el mejor desempeño de las actividades a ejecutarse dentro de la empresa. Se divide en las siguientes áreas que se ha tomado como las más importantes para el manejo de este proyecto.

Se tiene las siguientes áreas que son:

Área de producción: El área de producción está integrada por el área de ensamble y costura, área de acabado y planchado y el área de empaque, para determinar con eficacia el espacio requerido para esta área se determinó el número de máquinas con las que la empresa iniciará sus actividades y el personal que laborará dentro de ellas, se dejó un cierto espacio predeterminado considerando algunos aspectos como la movilización de las personas que transitarán dentro de las instalaciones, siendo destinado a esta área 60m².

Oficinas administrativas: Para las oficinas se dispondrá de 14m², los cuales serán divididos para el departamento de control financiero, departamento de ventas y logística y la gerencia general.

Comedor: El área de comedor dispondrá de 10m², que será utilizado tanto para el personal administrativo como para el operativo en dos turnos para que la atención de la empresa sea permanente.

Corte: El área de corte tendrá 12m², en donde se instalará la mesa de madera para el corte de tela.

Bodega: La bodega poseerá un total de 16 m², para el almacenamiento del material e insumos necesarios para la producción.

Sanitario: Para el baño se ha destinado 8m², para el uso de los trabajadores de la empresa, se consideró este espacio contando a largo plazo la construcción de vestidores para el personal.

3.4.6.1. Espacio requerido para la distribución de la planta

Para el presente caso, se va a establecer el tamaño del espacio físico que se requiere en la investigación, se identificó el número de máquinas necesarias para la producción, el espacio físico que estas ocuparían y los departamentos administrativos con que contará la planta. De acuerdo al análisis realizado se determinó que el área que necesitará el proyecto debe ser de 120 m². En la tabla N° 42 se evidencia el espacio físico que ocuparán las máquinas en el local que es de 29,16 m², a este espacio se añade 1 m² de espacio entre cada máquina ya que será el espacio que ocupen las operarias para poder movilizarse.

Tabla N° 42. Espacio requerido para la maquinaria

MAQUINARIA	CANTIDAD	DIMENSIONES	TOTAL ESPACIO REQUERIDO
Rectas	3	1,20 m x 2,50 m	9 m ²
Overlock	2	1,20 m x 2,50 m	6 m ²
Recubridora	1	1,20 m x 2,50 m	3 m ²
Ojaladora	1	1,20 m x 2,50 m	3 m ²
Doble aguja	1	1,20 m x 0,90 m	1,08 m ²
Bordadora	1	1,20 m x 0,90 m	1,08 m ²
Cortadora circular	1	-	-
Plancha industrial	1	1,20 m x 2,50 m	3 m ²
Atracadora	1	1,20 m x 2,50 m	3 m ²
TOTAL			29,16 m²

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

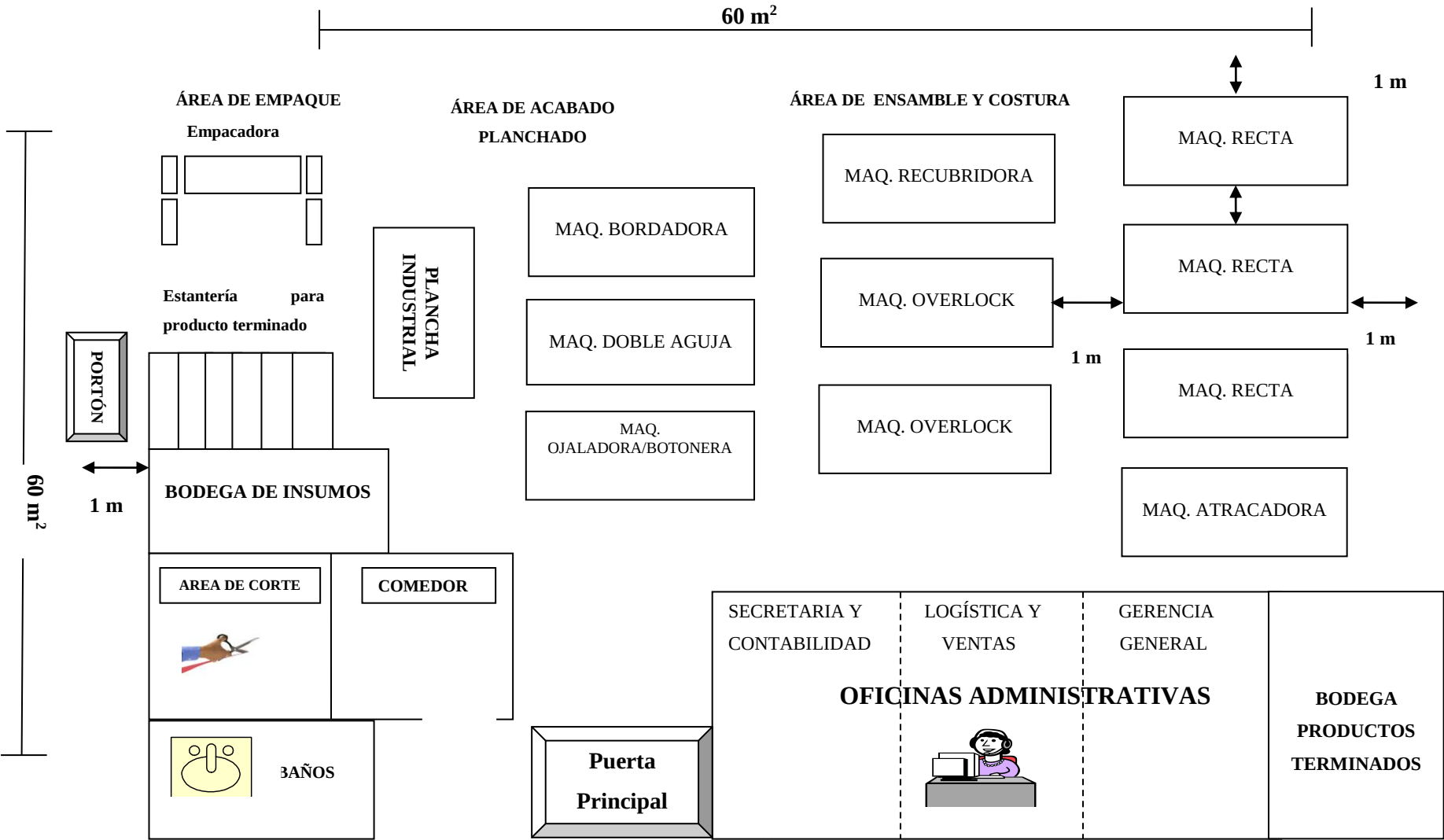
El lugar donde se instalará la empresa cuenta con un área de construcción de 180m² de los cuales se utilizará un espacio de 120 m² los cuales serán destinados al taller de producción 60m², oficinas 14m², comedor 10m², para el área de corte 12m², bodega 16 m², baño 8 m² y parqueaderos 60m². La superficie total presentada está de acuerdo a las necesidades de la empresa en el corto y mediano plazo, para el largo plazo se utilizará el resto de espacio físico. El local a su vez, deberá poseer un portón que permita la entrada y salida de vehículos para carga y descarga de materiales, y se lo podría aplicar como una salida de emergencia en caso de presentarse algún tipo de incidentes.

Tabla N° 43. Distribución física del local

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	m ²
Producción	1	60
Oficinas	3	14
Comedor	1	10
Corte	1	12
Bodega	1	16
Sanitario	1	8
Parqueaderos		60
TOTAL		180

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

3.4.6.2. Distribución interna de las instalaciones de la planta



3.5. La Empresa y su organización

3.5.1. La empresa

La empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos.

Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.” (Chiavenato, 1993, pág. 53).

La empresa buscará el cumplimiento de los objetivos y la satisfacción de las necesidades de los clientes del sur de la ciudad de Quito, en cuanto a la ropa de trabajo.

3.5.2. Nombre o razón social

El nombre con el que se va a dar conocer a la empresa será el mismo del de la matriz cuya denominación es “COPPOLA DEL ECUADOR”, de modo que se identifique en el mercado del sur de la ciudad de Quito, ya que al estar 27 años en el mercado ecuatoriano ha logrado posicionarse en el mismo, como una empresa que se dedica a la confección de ropa de trabajo con diseños de calidad e innovación.

El eslogan con que la empresa trabajará será:

“SIENTE EL PLACER Y LA COMODIDAD DE VESTIR AL TRABAJAR”

3.6. Estructura administrativa y organizacional

“La organización es la estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos humanos y materiales de un organismo social, con el fin de lograr la máxima eficiencia en la realización de planes y objetivos” (Reyes, 2000, pág. 12).

En lo que respecta a la organización es necesario establecer la estructura para el área administrativa/financiera, área de ventas y área de producción, el personal y mano de obras que se requerirá para su correcto funcionamiento, es importante la selección y capacitación del personal para ofrecer un producto y servicio de calidad.

La organización estará conformada por el área administrativas/financiera, área de ventas y área de producción:

Tabla N° 44. Personal y mano de obra requerida para la puesta en marcha del proyecto.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Administrador	1
Contadora - Secretaria	1
Supervisor	1
Operarios/as	8
Vendedor	1

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

3.6.1. Estructura orgánica y organigrama estructural

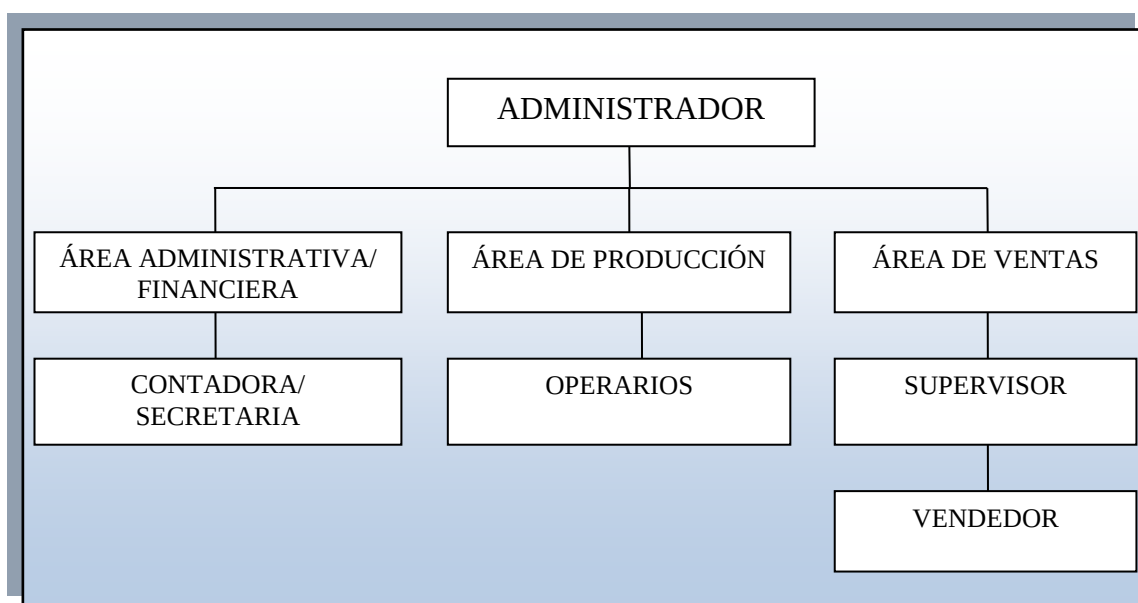
Stoner, Freeman y Gilbert, menciona que: “La estructura organizacional, es un marco que preparan los gerentes para dividir y coordinar las actividades de los miembros de una organización.” (Stoner & R., 1996, pág. 65).

La estructura administrativa de la sucursal de la empresa, COPPOLA DEL ECUADOR estará representada a través del organigrama estructural, el cual facilitará el conocimiento de departamentos, niveles de autoridad, líneas de mando que tiene la empresa, etc.

Los organigramas estructurales son muy útiles en la organización, debido a que permiten:

- La división de funciones.
- Niveles jerárquicos.

Tabla N° 45. Organigrama estructural de la sucursal



Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

3.6.2. Descripción de funciones

Área administrativa/financiera

El personal será el encargado de efectuar las siguientes funciones:

Administrador:

- Será el encargado de la administración de la sucursal.
- Programar la producción.
- Ejecutar transacciones comerciales con los clientes.
- Toma todo tipo de decisiones relacionadas con el establecimiento.
- Se encarga de la selección y capacitación del personal.
- Trabaja conjuntamente con la auxiliar contable para mantener el orden.

Contadora/ Secretaria:

- Maneja de manera eficiente las operaciones financieras que ocurren dentro del establecimiento.
- Mantiene la contabilidad del establecimiento actualizada, realiza declaraciones, anexos, retenciones, comprobantes de ingreso y egreso, gestionar las actividades de índole legal.
- Efectuar el inventario, balance, cuentas de resultados generales, supervisión general del departamento.
- Atender personal y telefónicamente al público que solicite información sobre los productos que ofrece la empresa.
- Redactar la correspondencia siguiendo las instrucciones generales.
- Tomar dictados y transcribir las comunicaciones y demás documentos de la oficina.
- Llevar el registro y archivo de los diversos documentos de la organización.
- Ser honesta en el manejo económico y de información como desembolsos de los créditos.
- Archivar las carpetas de los usuarios vinculados a la entidad.

Área de ventas

Supervisor:

- Velar por el buen uso y conservación del equipo y los elementos bajo su custodia.
- Mantener contacto permanente con los clientes, mediante llamadas, visitas personales, mail.
- Satisfacer todas las inquietudes y necesidades que los clientes y nuevos interesados tengan sobre el producto.
- Supervisar y control de calidad de las prendas de vestir de trabajo antes de ser entregadas al cliente.

Vendedor:

- Atender cordialmente a los clientes.
- Cobrar a los clientes.

Área de producción

Operarios:

- Corte de tela.
- Coser de acuerdo a diseños.
- Implantar acabados como botones, etiquetas, cierres, etc.
- Planchado.
- Empaque.

3.7. Base legal para el funcionamiento de la nueva sucursal

Las instituciones que van a permitir que COPPOLA DEL ECUADOR opere normalmente y pueda realizar sus funciones sin ningún problema son:

1. Servicio de Rentas Internas: para el registro de la nueva sucursal.

Los requisitos que se requieren para el funcionamiento son:

Persona natural

- Original y copia o copia certificada del poder general o especial en el que conste que el mandatario está facultado plenamente para inscribir, actualizar o cancelar el registro único de contribuyentes (RUC) del mandante.
 - Original y copia de cédula de identidad del mandatario.
 - Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del mandatario.
2. Ilustre Municipio de Quito: en caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

Patente personas naturales: en caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

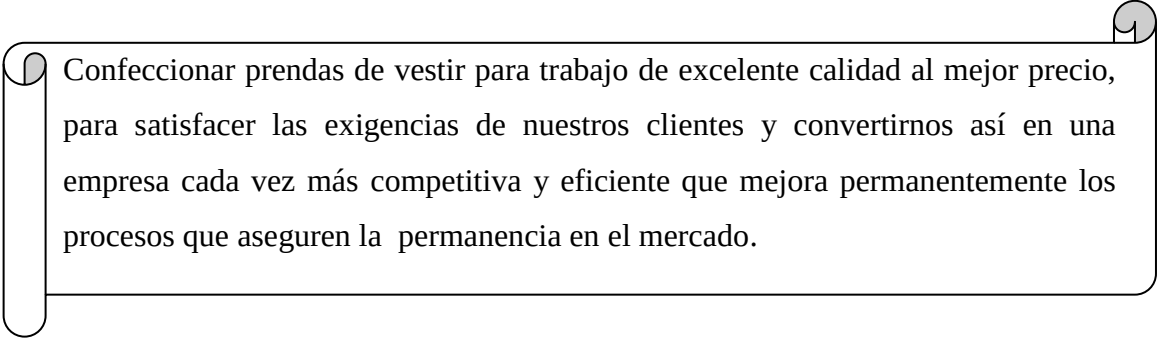
- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, ministerio de finanzas, y formulario de inscripción que se adquiere en recaudaciones.
 - Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de salud pública o control sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
 - Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
 - Copia de carta de pago del impuesto predial
3. Cuerpo de Bomberos: permiso de funcionamiento.

3.8. Base filosófica de la empresa

La base filosófica revela la razón de ser de la empresa. “COPPOLA DEL ECUADOR”; y las directrices que van a seguir para lograr cumplir los objetivos que se han planteado en la organización.

3.8.1. Misión

Es la razón de ser de la empresa; el motivo por el cual existe, es decir, es la determinación de las funciones básicas que la empresa “COPPOLA DEL ECUADOR”; va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

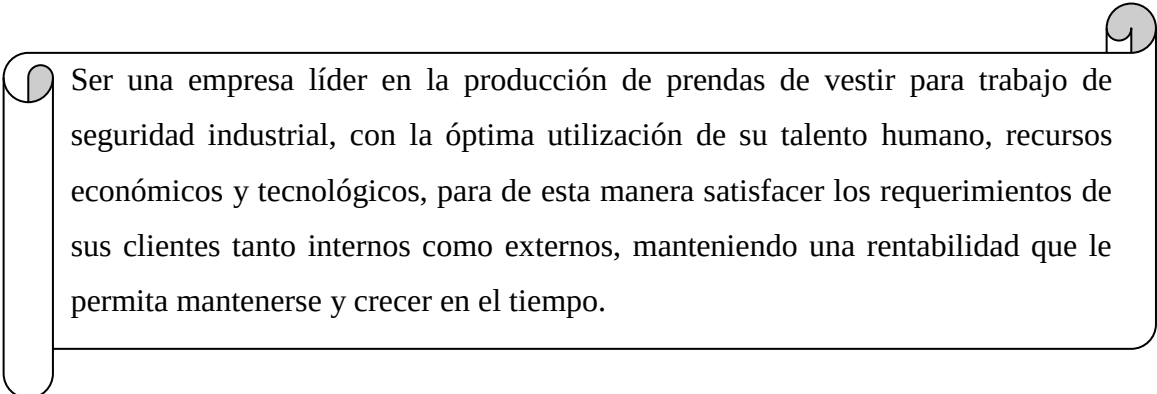
A decorative scroll box with a light gray background and a dark gray border. The text is centered within the box.

Confeccionar prendas de vestir para trabajo de excelente calidad al mejor precio, para satisfacer las exigencias de nuestros clientes y convertirnos así en una empresa cada vez más competitiva y eficiente que mejora permanentemente los procesos que aseguren la permanencia en el mercado.

3.8.2. Visión

La visión de una empresa es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo o es aquello en lo que pretende convertirse. A continuación se cita la visión de la empresa. “COPPOLA DEL ECUADOR”

VISIÓN 2018

A decorative scroll box with a light gray background and a dark gray border. The text is centered within the box.

Ser una empresa líder en la producción de prendas de vestir para trabajo de seguridad industrial, con la óptima utilización de su talento humano, recursos económicos y tecnológicos, para de esta manera satisfacer los requerimientos de sus clientes tanto internos como externos, manteniendo una rentabilidad que le permita mantenerse y crecer en el tiempo.

3.8.3. Principios y valores

A) Principios:

- La responsabilidad, es uno de los principios más importantes de la empresa; “COPPOLA DEL ECUADOR”, mediante éste se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, etc., hacia los clientes cumpliendo así, con lo ofrecido, como son: descuentos y promociones para lograr en ellos su preferencia y fidelidad.
- Mejoramiento continuo tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.
- Una buena atención al cliente en todas sus interrogantes, crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas que permitirá obtener una buena relación con los clientes.
- Eficiencia en las actividades a desarrollarse en todas las áreas de la empresa mediante un trabajo conjunto y con buena comunicación, a fin de obtener un trabajo y producto de calidad.

B) Valores:

- Honestidad, elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justo y honesto en cada decisión que se presente.
- Ética, los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con actitud mental positiva y por ende con un trato respetuoso para sus compañeros como para los clientes; desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.
- Cooperación, es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.
- Calidad en el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.

- Puntualidad en la entrega del producto, es decir, entregar el producto al cliente a la hora y fecha establecida.

3.8.4. Objetivo general

A través de un plan de fortalecimiento al interior de la empresa incluir la actualización de los procesos operacionales, el control de la calidad en términos de tiempos de entrega, seguridad y atención al cliente.

3.8.4.1. Objetivos específicos

- Lograr un usuario satisfecho y conforme con la ropa de trabajo que se le confecciona.
- Contar siempre con personal motivado y con buenas relaciones humanas, reconocido y que se sienta parte de “COPPOLA DEL ECUADOR”
- Mejorar la atención al cliente, reduciendo tiempos de espera en la entrega del producto y otorgar beneficios (descuentos, premios).
- Utilizar exclusivamente materia prima de calidad para la confección de ropa para trabajo industrial.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1. Estudio financiero del proyecto

El estudio financiero es relevante para realizar las evaluaciones que son necesarias antes de empezar a invertir en recursos, para la puesta en marcha de un proyecto o para determinar objetivos y los impactos generados en el mismo.

Lo que busca el estudio financiero es sistematizar la información relevante para el proceso de toma de decisiones de una empresa y de esa manera plantear las evaluaciones y recomendaciones correspondientes.

Lo más importante en un estudio financiero es la toma de decisiones de un proyecto, además que permite identificar desde el punto de vista de un inversionista o de un participante en el proyecto, los ingresos y egresos atribuibles a la realización del proyecto y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo en términos de valores.

Hay que tomar en cuenta varios aspectos para que la inversión en activos o capital de trabajo pueda ser realizada antes de iniciar el proyecto e incluso durante su ejecución se puede ver afectados por ciertos factores como son: el desgaste de activos e incluso si el capital requiere de aumentos o disminución.

Para poder realizar la evaluación financiera del proyecto se tomará en cuenta la información que arrojó el estudio técnico con el fin de analizar cuál será la mejor inversión para poder comenzar con la puesta en marcha de la empresa.

4.2. Objetivos

4.2.1. Objetivo general del estudio financiero

Analizar la información obtenida tanto del capítulo de estudio de mercado como del estudio técnico, con el fin de determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto; para evaluar la viabilidad y factibilidad del mismo mediante herramientas contables, y análisis de los estados financieros a través de la aplicación de indicadores financieros.

4.2.2. Objetivos específicos

- Determinar las inversiones y el capital de trabajo necesarios para la puesta en marcha de proyecto.
- Identificar los recursos propios y de terceros, necesarios para la ejecución y operación del proyecto.
- Analizar los estados financieros para la evaluación correspondiente a través de la aplicabilidad de los indicadores financieros, que permitan determinar la viabilidad de la inversión futura.

4.3. Presupuesto

“Es la formulación en términos numéricos de planes para un periodo futuro dado. Así, los presupuestos son estados de resultados anticipados, ya sea en términos financieros (presupuestos de ingresos, gastos y de capital) o no financieros (presupuestos de mano de obra directa, materiales, volumen de ventas físicas o unidades de producción).” (Knoontz, 1998, pág. 98)

4.3.1. Inversión del proyecto

Se puede decir que el presupuesto de inversión comprende todo el cuadro de requerimiento de máquina y equipo y de los activos intangibles orientados a proteger las inversiones realizadas, ya sea por altos costos o por razones que permitan asegurar el proceso productivo.

El poder contar con un presupuesto en el proyecto ayudará a controlar los gastos incurridos en el mismo, también se puede decir que el presupuesto garantizará de alguna forma que se adopten las medidas necesarias para que COPPOLA DEL ECUADOR S.A., pueda cumplir sus objetivos.

Tabla N° 46. Inversión del proyecto

INVERSIONES	VALOR	PROPIO	FINANCIAMIENTO	PROPIO	FINANCIAMIENTO
NO CORRIENTE					
Muebles y enseres	1.430,50		1.430,50	0%	5,38%
Maquinaria	9.540,00		9.540,00	0%	35,85%
Equipo de oficina	135,00		135,00	0%	0,51%
Equipo de computación	2.267,00		2.267,00	0%	8,52%
Garantía arriendo	600,00		600,00	0%	2,25%
SUBTOTAL	13.972,50				
CAPITAL DE TRABAJO	12.639,43	12.639,43		47,50%	
TOTAL	26.611,93	12.639,43	13.972,50	47,50%	52,50%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

En la tabla N° 46 se puede observar todas las inversiones necesarias para la puesta en marcha de la sucursal de la empresa COPPOLA DEL ECUADOR, utilizando el respectivo porcentaje para el financiamiento necesario cubierto por las aportaciones de los socios y por la entidad financiera que ofrezca el mejor interés.

Tabla N° 47. Resumen de inversión del proyecto

INVERSIONES	PORCENTAJE	CANTIDAD
Propio	47,50%	12.639,43
Terceros	52,50%	13.972,50
TOTAL	100%	26.611,93

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.4. Activo

“El activo es el conjunto de bienes materiales, valores y productos inmateriales que se mantienen para el normal desarrollo de las actividades que requiere una empresa” (Zapata, 2005).

Se clasifica en dos tipos:

4.4.1. Activo corriente

Los activos corrientes incluyen el efectivo en caja y en el banco, y los valores negociables que no están vinculados en inversiones a largo plazo, generando liquidez a la empresa.

Entre estos tenemos:

- Caja chica
- Caja
- Bancos
- Cuentas por cobrar
- Inventarios

4.4.2. Activo no corriente

“Está constituido por los bienes derechos de larga duración que son utilizadas en la operación del negocio o empresa y por lo tanto no están destinados para la venta” (Bravo, 2005).

Tabla N° 48. Activos fijos

MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CANT	PRECIO UNITARIO	TOTAL
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
Maquina atracadora	1	1.500,00	1.500,00
Maquina bordadora	1	3.200,00	3.200,00
Maquina ojaladora/ botonera	1	850,00	850,00
Maquina cortadora	1	350,00	350,00
Maquina recta	3	380,00	1.140,00
Maquia doble aguja	1	800,00	800,00
Maquina overlock	2	400,00	800,00
Maquina recubridora	1	600,00	600,00
Plancha industrial	1	300,00	300,00
TOTAL			9.540,00
MUEBLES Y ENSERES			
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
Mesa de madera de corte	1	345,00	345,00
Mesa de madera	1	112,00	112,00
Sillas	3	16,50	49,50
Estantería	2	55,00	110,00
TOTAL			616,50
ÁREA ADMINISTRATIVA/FINANCIERA			
Escritorio	2	180,00	360,00
Archivador	1	100,00	100,00
Sillas	4	16,50	66,00
TOTAL			526,00
ÁREA DE VENTAS			
Escritorio	1	180,00	180,00
Archivador	1	75,00	75,00
Sillas	2	16,50	33,00
TOTAL			288,00
EQUIPOS DE OFICINA Y CÓMPUTO			
ÁREA ADMINISTRATIVA/FINANCIERA			
Computador	2	690,00	1.380,00
Impresora/escáner	1	98,00	98,00
Teléfono/Fax	2	45,00	90,00
TOTAL			1.568,00
ÁREA DE VENTAS			
Computador	1	690,00	691,00
Impresora/escáner	1	98,00	98,00
Teléfono/Fax	1	45,00	45,00
TOTAL			834,00
TOTAL ACTIVO FIJOS			13.372,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.5. Depreciación de activos fijos

La depreciación es la pérdida del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

Tabla N° 49. Porcentaje de depreciaciones

ACTIVO FIJO	DEPRECIACIÓN %	VIDA ÚTIL
Maquinaria	10%	10 años
Muebles y enseres	10%	10 años
Equipo de oficina	10%	10 años
Equipo de cómputo	33%	3 años

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Métodos de depreciación

- **Método por línea recta:** el método de la línea recta es un método sencillo y utilizado por las empresas, y consiste en dividir el valor del activo entre la vida útil del mismo.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor comercial} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$\text{Depreciación maquinaria y equipo} = \frac{9.540,00 - 954,00}{10} = 858,60$$

10

Tabla N° 50. Depreciación maquinaria y equipo

REFERENCIA	ACTIVO FIJO	VALOR COMERCIAL	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	N° AÑOS	VALOR DEPRECIACIÓN
	Maquinaria	9.540,00	10%	954	10	858,60
Detalle		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación anual		858,6	858,6	858,6	858,6	858,6
Depreciación acumulada		858,6	1717,2	2575,8	3434,4	4293
Saldo final año		8.681,40	7.822,80	6.964,20	6.105,60	5.247,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 51. Depreciación muebles y enseres

REFERENCIA	ACTIVO FIJO	VALOR COMERCIAL	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	N° AÑOS	VALOR DEPRECIACIÓN
	Muebles y enseres	1.430,50	10%	143,05	10	128,75
Detalle		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación anual		128,745	128,745	128,745	128,745	128,745
Depreciación acumulada		128,745	257,49	386,235	514,98	643,725
Saldo final año		1.301,76	1.173,01	1.044,27	915,52	786,78

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 52. Depreciación equipo de oficina

REFERENCIA	ACTIVO FIJO	VALOR COMERCIAL	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	N° AÑOS	VALOR DEPRECIACIÓN
	Equipo de oficina	135,00	10%	13,5	10	12,15
Detalle		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación anual		12,15	12,15	12,15	12,15	12,15
Depreciación acumulada		12,15	24,3	36,45	48,6	60,75
Saldo final año		122,85	110,70	98,55	86,40	74,25

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 53. Depreciación equipo de cómputo

REFERENCIA	ACTIVO FIJO	VALOR COMERCIAL	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	N° AÑOS	VALOR DEPRECIACIÓN
	Equipo de cómputo	2.267,00	33%	748,11	3	506,30
Detalle		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación anual		506,30	506,30	506,30	-	-
Depreciación acumulada		506,30	1012,59	1518,89	1518,89	1518,89
Saldo final año		1760,70	1254,41	748,11	748,11	748,11

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 54. Resumen depreciaciones de activos fijos

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1.505,79	\$ 1.505,79	\$ 1.505,79	\$ 999,50	\$ 999,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 55. Resumen depreciaciones acumuladas de activos fijos

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1.505,79	\$ 3.011,58	\$ 4.517,38	\$ 5.516,87	\$ 6.516,37

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.6. Suministros de la empresa

En la tabla N° 56 se presenta los suministros necesarios para el buen funcionamiento de la empresa COPPOLLA DEL ECUADOR situada en el sur de la ciudad de Quito.

Tabla N° 56. Suministros de la empresa

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Archivadores	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Caja de clips	2	\$ 1,78	\$ 3,56
Caja de esféros	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Caja de marcadores	2	\$ 8,90	\$ 17,80
Resma de hojas	1	\$ 12,00	\$ 12,00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA			\$ 57,36
SUMINISTROS DE CÓMPUTO			
Cartuchos	3	\$ 39,50	\$ 118,50
TOTAL SUMINISTROS DE CÓMPUTO			\$ 118,50
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Detergente	4	\$ 10,90	\$ 43,60
Fundas de basura	12	\$ 1,60	\$ 19,20
Cepillo	4	\$ 0,69	\$ 2,76
Cloro	4	\$ 2,10	\$ 8,40
Desinfectante	4	\$ 3,12	\$ 12,48
Lava	4	\$ 2,15	\$ 8,60
Paños de limpieza	5	\$ 4,89	\$ 24,45
Escoba	5	\$ 2,91	\$ 14,55
Trapeador	5	\$ 12,99	\$ 64,95
Recogedor de basura	5	\$ 2,80	\$ 14,00
TOTAL SUMINISTROS DE LIMPIEZA			\$ 212,99
SUMINISTROS DE ASEO			
Jabón líquido	12	\$ 3,50	\$ 42,00
Papel higiénico	30	\$ 3,00	\$ 90,00
TOTAL SUMINISTROS DE ASEO			\$ 132,00
TOTAL SUMINISTROS			\$ 520,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.7. Bienes de control administrativo

Se detalla a continuación la cantidad y los rubros de cada una de las cuentas que conforman los bienes de control administrativo.

Tabla N° 57. Bienes de control administrativo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Departamento de producción			42,80
Basureros metálicos	2	9,90	19,80
Basureros plásticos	1	8,00	8,00
Grapadora	1	14,00	14,00
Saca grapas	1	1,00	1,00
Departamento administrativo			217,40
Sillas de espera tripersonales	1	98,00	98,00
Perforadoras	2	6,00	12,00
Grapadora	1	14,00	14,00
Saca grapas	1	1,00	1,00
Sumadora	1	70,00	70,00
Basureros metálicos	1	9,90	9,90
Basureros plásticos	1	8,00	8,00
Archivadores de escritorio	1	4,50	4,50
Departamento de ventas			201,50
Sillas de espera tripersonales	1	98,00	98,00
Perforadoras	1	6,00	6,00
Grapadora	1	14,00	14,00
Saca grapas	1	1,00	1,00
Sumadora	1	70,00	70,00
Basureros plásticos	1	8,00	8,00
Archivadores de escritorio	1	4,50	4,50
TOTAL BIENES DE CONTROL ADMINISTRATIVO			461,70

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.8. Capital de trabajo

Según Baca, define al capital como “desde el punto de vista contable, el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante” (Baca, 2000)

Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional con el que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, esto es hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que las transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituirá el activo circulante.

Es decir corresponde a todos los recursos que requiere la empresa para poder operar.

- **Método de desfase para el cálculo del capital de trabajo**

Permite calcular la cuantía de la inversión en capital de trabajo que debe financiarse desde el instante en que se adquiere los insumos hasta el momento en que se recupera el capital invertido, mediante la venta del producto el monto recuperado se destinará a financiar el ciclo productivo.

$$KT = (CT/360) * \text{Número de días del ciclo productivo}$$

Donde:

CTM = Costo total mensual de producción

$$KT = \frac{151.673,17}{360} \times 30$$

$$KT = 12.639,43$$

El periodo de desfase es de 30 días debido a que los clientes realizan los pagos mensualmente de la producción entregada en el mes.

Tabla N° 58. Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Costos directos de fabricación				
Materia prima directa		\$ 5.938,44	\$ 5.938,44	\$ 71.261,25
Materiales directos		\$ 242,52	\$ 242,52	\$ 2.910,27
Mano de obra directa		\$ 3.227,10	\$ 3.227,10	\$ 39.325,15
Costos indirectos de fabricación				
Mano de obra indirecta		\$ 448,19	\$ 448,19	\$ 5.378,30
Otros gastos				
Energía eléctrica		\$ 41,09	\$ 41,09	\$ 493,06
Agua potable		\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 77,99
Teléfono		\$ 10,80	\$ 10,80	\$ 129,60
Internet		\$ 1,15	\$ 1,15	\$ 13,80
Depreciación maquinaria	\$ 71,55		\$ 71,55	\$ 858,60
Bienes de control administrativo	\$ 3,57		\$ 3,57	\$ 42,80
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	\$ 1.926,94	\$ 9.965,78	\$ 10.040,90	\$ 120.490,81
COSTOS NO OPERACIONALES				
Gastos administrativos				
Energía eléctrica		\$ 10,27	\$ 10,27	\$ 123,26
Agua potable		\$ 6,50	\$ 6,50	\$ 77,99
Teléfono		\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 518,40
Internet		\$ 21,85	\$ 21,85	\$ 262,20
Suministros de oficina	\$ 4,78		\$ 4,78	\$ 57,36
Suministros de limpieza	\$ 17,75		\$ 17,75	\$ 212,99
Suministros de aseo	\$ 11,00		\$ 11,00	\$ 132,00
Suministros de computación	\$ 9,88		\$ 9,88	\$ 118,50
Depreciación de muebles y enseres	\$ 42,19		\$ 42,19	\$ 506,30
Depreciación de equipo oficina	\$ 10,73		\$ 10,73	\$ 128,75
Depreciación de equipo de computación	\$ 1,01		\$ 1,01	\$ 12,15
Suelos administrativos	\$ 1.197,59		\$ 1.197,59	\$ 14.371,10
Bienes de control administrativo		\$ 18,12	\$ 18,12	\$ 217,40
Adecuaciones del local	\$ 195,00		\$ 195,00	\$ 2.340,00
Arriendo	\$ 300,00		\$ 300,00	\$ 3.600,00
Gastos de constitución	\$ 1.851,82		\$ 1.851,82	\$ 1.851,82
Gasto de ventas				
Publicidad inicial	\$ 127,92		\$ 127,92	\$ 1.535,00
Sueldos de ventas	\$ 409,64		\$ 409,64	\$ 4.915,64
Bienes de control administrativo		\$ 16,79	\$ 16,79	\$ 201,50
TOTAL COSTOS NO OPERACIONALES	\$ 4.179,30	\$ 116,73	\$ 4.296,03	\$ 31.182,36
COSTO TOTAL	\$ 4.254,42	\$ 10.082,51	\$ 14.336,93	\$ 151.673,17

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.9. Financiamiento del proyecto

Análisis entidades financieras

Tabla N° 59. Cuadro comparativo del préstamo

BANCO	MONTO	INTERÉS	PLAZO	GARANTÍA
Banco Nacional de Fomento	13.973	11,20	3 AÑOS	150%
Banco del Pichincha	13.973	11,20	3 AÑOS	140%
Banco del Pacífico	13.973	11,83	3 AÑOS	140%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

COPPOLA DEL ECUADOR realizará su financiamiento con el Banco Nacional de Fomento, ya que su tasa de interés es baja y cumple con un porcentaje apto de garantía.

Requisitos para financiamiento Banco Nacional de Fomento:

- Un garante personal (microempresario).
- Copias de cédula de identidad y papeleta de votación (deudor, garante y cónyuge).
- Copia de recibo de luz, agua, teléfono domicilio de la microempresa.
- Rol de pagos o certificado de ingreso del garante si es asalariado.
- Copia de RUC.
- Copia del estatuto legal de creación de la empresa.
- Copia de nombramientos.
- Certificados comerciales o personales.
- Certificados de obligaciones otorgado por la Superintendencia de Compañías.

Tabla N° 60. Financiamiento Banco Nacional de Fomento

Monto crédito	13.973
Tasa de interés anual	11,20%
Tasa de interés mensual	0,00933
Plazo	3 años
Cuotas mensuales	36

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Para determinar el pago de la deuda se tomará en cuenta la siguiente fórmula de anualidad:

$$A = P \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Donde:

P= Monto de crédito

i = Tasa de interés

n = Número de cuotas

$$A = \frac{0,013040161}{0,397160117} = 459,00$$

Tabla N° 61. Tabla de amortización del crédito

MESES	CUOTAS	INTERES	CAPITAL	SALDO
				\$ 13.973
1	459	130	328	\$ 13.644
2	459	127	331	\$ 13.313
3	459	124	335	\$ 12.978
4	459	121	338	\$ 12.641
5	459	118	341	\$ 12.300
6	459	115	344	\$ 11.956
7	459	112	347	\$ 11.609
8	459	108	350	\$ 11.258
9	459	105	354	\$ 10.905
10	459	102	357	\$ 10.548
11	459	98	360	\$ 10.187
12	459	95	364	\$ 9.824
13	459	92	367	\$ 9.456
14	459	88	371	\$ 9.086
15	459	85	374	\$ 8.712
16	459	81	377	\$ 8.335
17	459	78	381	\$ 7.954
18	459	74	385	\$ 7.569
19	459	71	388	\$ 7.181
20	459	67	392	\$ 6.789
21	459	63	395	\$ 6.394
22	459	60	399	\$ 5.995
23	459	56	403	\$ 5.592
24	459	52	407	\$ 5.185
25	459	48	410	\$ 4.775
26	459	45	414	\$ 4.361
27	459	41	418	\$ 3.943
28	459	37	422	\$ 3.521
29	459	33	426	\$ 3.095
30	459	29	430	\$ 2.665
31	459	25	434	\$ 2.231
32	459	21	438	\$ 1.793
33	459	17	442	\$ 1.351
34	459	13	446	\$ 905
35	459	8	450	\$ 455
36	459	4	455	\$ 0
TOTAL		2.543	13.972	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 62. Resumen por años capital e interés

CAPITAL		INTERÉS	
AÑO 1	\$ 4.149	AÑO 1	\$ 1.356
AÑO 2	\$ 4.638	AÑO 2	\$ 867
AÑO 3	\$ 5.185	AÑO 3	\$ 320
TOTAL	\$ 13.972	TOTAL	\$ 2.543

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.10. Cronograma de inversión

Cronograma de inversión

DETALLE	DÍAS	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Maquinaria y equipos	5																				
Muebles y enseres	5																				
Equipo de cómputo	5																				
Suministros de oficina, limpieza y aseo																					
Publicidad																					
Solicitud préstamo																					
Préstamo bancario	5																				
Constitución de la empresa																					
Trámites de constitución	14																				
Aprobación del préstamo																					
Desembolso del préstamo	30																				
Instalación y adecuación de la planta	30																				
Adecuación e instalación de la planta																					
Adquisición e instalación de los activos de la empresa	5																				
Compra de maquinaria y equipo	5																				
Compra de muebles y enseres	3																				
Compra equipo de cómputo	3																				
Compra de suministros de oficina	2																				
Compra de bienes control administrativo	1																				
Contratación personal de la empresa																					
Selección y reclutamiento del personal	14																				

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.11. Costos operacionales y no operacionales

- **Costos operacionales**

Se clasifican en costos directos y costos indirectos.

Costos directos: Son aquellos que varían en la misma proporción que las unidades producidas.

Costos indirectos: Son aquellos costos ligados a la producción que no tienen una relación directa con los procesos o productos y varían en una menor proporción a las unidades producidas.

Costos variables: Son aquellos que varían de acuerdo a los niveles de producción ya sea en forma directa o indirecta.

Costos fijos: Son aquellos que permanecen constantes sin importar los niveles de producción.

Estructura de los costos operacionales:

a. Materiales: Son todas aquellas materias primas que participan en el proceso de transformación.

b. Mano de obra: Son todos aquellos salarios más las prestaciones sociales y aportes de los trabajadores que pertenecen a la planta o fábrica.

c. Costos indirectos de fabricación (Cif): Son todos aquellos costos que participan en los procesos y aunque son en forma indirecta son indispensables en la elaboración del producto.

- **Costos no operacionales**

Estructura de los costos no operacionales

Costos administrativos: Son aquellos valores que incurren en la dirección, control y operación de la empresa.

Costos de ventas: Son aquellos valores que incurren en la promoción y venta del producto, incluye los sueldos.

Costos financieros: Se originan por obtención de recursos ajenos que la empresa requiere para la puesta en marcha.

4.11.1. Compra de materia prima neta

Tabla N° 63. Compra de materia prima neta mensual

PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tela ripstop (pantalón y overol)	2975	m	5,65	1.400,61	16.807,37
Tela jean (pantalón)	992	m	3,40	280,95	3.371,39
Tela gabardina (overol)	3173	m	7,80	2.062,50	24.749,96
Tela camisa	1190	m	2,80	277,64	3.331,73
Tela de punto	635	m	1,40	74,04	888,46
Tela impermeable (poncho y ternos chubasqueros)	3966	m	4,75	1.570,01	18.840,12
Tela reflectante	1190	m	2,75	272,69	3.272,23
TOTAL	14120		5,05	5.938,44	71.261,25

Fuente: Referencia Tabla N° 37

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 64. Compra de materia prima neta anual y proyección

MATERIA PRIMA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	COSTO ANUAL	COSTO ANUAL	COSTO ANUAL	COSTO ANUAL	COSTO ANUAL
Tela ripstop (pantalón y overol)	16.807,37	21.748,82	27.662,31	34.844,76	43.681,56
Tela jean (pantalón)	3.371,39	4.362,59	5.548,78	6.989,51	8.762,08
Tela gabardina (overol y mandil)	24.749,96	32.026,58	40.734,58	51.311,21	64.324,00
Tela camisa	3.331,73	4.311,27	5.483,50	6.907,28	8.659,00
Tela de punto	888,46	1.149,67	1.462,27	1.841,94	2.309,07
Tela impermeable (poncho y ternos chubasqueros)	18.840,12	21.677,48	31.007,90	39.059,02	48.964,58
Tela reflectante (chalecos)	3.272,23	4.234,28	5.385,58	6.783,93	8.504,38
TOTAL	71.261,25	89.510,69	117.284,92	147.737,65	185.204,68

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Para la determinación de la compra de materia prima neta se determinó mediante la aplicación de la tasa de inflación del 5,5% según datos del Banco Mundial en el Ecuador.

4.11.2 Materiales directos

Tabla N° 65. Compra de materiales directos mensual

MATERIALES DIRECTOS	CANT ANUAL	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR MENSUAL
Cono de hilo (1000 yardas)	197	1,90	374,30	31,19
Cono de hilo jean (1000 yardas)	194	2,20	426,80	35,57
Botones grandes	793	0,03	23,79	1,98
Botones pequeños	2.379	0,02	35,69	2,97
Cierre plástico de 65 cm (overol)	793	0,45	356,85	29,74
Cierre plástico de 75 cm (terno chubasquero)	793	0,50	396,50	33,04
Elástico (terno chubasquero)	25	4,20	105,00	8,75
Broches	3000	0,01	15,90	1,33
Etiquetas	7933	0,04	317,32	26,44
Juego de reglas sastre	1	6,50	6,50	0,54
Cinta de tallares	1	2,00	2,00	0,17
Tiza sastre	20	0,25	5,00	0,42
Tijeras corta hilos	6	2,20	13,20	1,10
Tijera normal de sastre de 15 cm	7	6,80	47,60	3,97
Cinta adhesiva reflectiva	30	0,90	27,00	2,25
Desarmadores	11	1,70	18,70	1,56
Frasco de aceite de maquina	15	1,80	27,00	2,25
Caja de alfileres cabeza redonda	4	0,65	2,60	0,22
Paño de agujas de mano	2	0,10	0,20	0,02
Paño de agujas de maquina 11 (m recta)	10	2,80	28,00	2,33
Paño de agujas de maquina 14 (m. overlock)	10	4,50	45,00	3,75
Paño de agujas de maquina 16 (m. recubridora)	10	5,50	55,00	4,58
Paño de agujas de maquina 16 (m. atracadora)	10	5,50	55,00	4,58
Paño de agujas de maquina (m. doble aguja)	20	5,00	100,00	8,33
Paño de agujas de maquina (m. botonera)	10	5,00	50,00	4,17
Cinta métrica	7	2,00	14,00	1,17
Carretes 5 x máquina	55	0,80	44,00	3,67
Fundas plásticas	7933	0,04	317,32	26,44
TOTAL			2.910,27	242,52

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 66. Compra de materiales directos proyectado por años

MATERIALES DIRECTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Cono de hilo (1000 yardas)	374,30	402,78	433,44	466,42	501,92
Cono de hilo jean (1000 yardas)	426,80	459,28	494,23	531,84	572,31
Botones grandes	23,79	25,60	27,55	29,65	31,90
Botones pequeños	35,69	38,40	41,32	44,47	47,85
Cierre plástico de 65 cm (overol)	356,85	384,01	413,23	444,68	478,52
Cierre plástico de 75 cm (terno chubasquero)	396,50	426,67	459,14	494,08	531,68
Elástico (terno chubasquero)	105,00	112,99	121,59	130,84	140,80
Broches	15,90	17,61	19,51	21,61	23,94
Etiquetas	317,32	410,61	522,23	657,86	824,66
Juego de reglas sastre	6,50	6,99	7,53	8,10	8,72
Cinta de tallares	2,00	2,15	2,32	2,49	2,68
Tiza sastre	5,00	5,38	5,79	6,23	6,70
Tijeras corta hilos	13,20	14,20	15,29	16,45	17,70
Tijera normal de sastre de 15 cm	47,60	51,22	55,12	59,32	63,83
Cinta adhesiva reflectiva	27,00	29,05	31,27	33,65	36,21
Desarmadores	18,70	20,12	21,65	23,30	25,08
Frasco de aceite de maquina	27,00	29,05	31,27	33,65	36,21
Caja de alfileres cabeza redonda	2,60	2,80	3,01	3,24	3,49
Paño de agujas de mano	0,20	0,22	0,23	0,25	0,27
Paño de agujas de maquina 11 (m recta)	28,00	30,13	32,42	34,89	37,55
Paño de agujas de maquina 14 (m. overlock)	45,00	48,42	52,11	56,08	60,34
Paño de agujas de maquina 16 (m. recubridora)	55,00	59,19	63,69	68,54	73,75
Paño de agujas de maquina 16 (m. atracadora)	55,00	59,19	63,69	68,54	73,75
Paño de agujas de maquina (m. doble aguja)	100,00	107,61	115,80	124,61	134,09
Paño de agujas de maquina (m. botonera)	50,00	53,81	57,90	62,31	67,05
Pinta métrica	14,00	15,07	16,21	17,45	18,77
Carretes 5 x máquina	44,00	47,35	50,95	54,83	59,00
Fundas plásticas	317,32	410,61	522,23	657,86	824,66
TOTAL	2.910,27	3.270,52	3.680,72	4.153,20	4.703,43

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.11.3. Servicios básicos

Tabla N° 67. Costo de servicios básicos

DETALLE	UNIDAD	CANT. MES	VALOR MES	VALOR TOTAL ANUAL	DEP. PROD.	DEP. ADM.	VALOR DEP. PROD.	VALOR DEP. ADM.
Energía eléctrica	Kw	600	51,36	616,32	80%	20%	493,06	123,26
Agua potable	M3	39	13,00	155,98	50%	50%	77,99	77,99
Servicio teléfono	m/s		54,00	648,00	20%	80%	129,60	518,40
Internet			23,00	276,00	5%	95%	13,80	262,20
TOTAL			141,36	1.696,30			714,44	981,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Los costos de servicios básicos están valorados de acuerdo al consumo tanto de energía eléctrica, agua potable, teléfono e internet, basados en los valores de la matriz por lo que se estima que en el departamento de producción el 80% corresponde al consumo de energía eléctrica, ya que el uso de la maquinaria es durante 8 horas diarias los 5 días a la semana, mientras que el consumo de agua potable se estima el 50% al departamento de producción ya que el personal que labora en este es mayor que en el departamento administrativo, siendo el 20% y 5% de servicio de teléfono e internet respectivamente el consumo para el departamento de producción es menor como se observa en la tabla N° 67.

4.11.4. Sueldos y salarios del personal de la empresa

Los sueldos y salarios de los empleados de la empresa corresponde el personal administrativo y de ventas que tienen relación indirecta con el producto, mientras que el personal operativo del área de producción son aquellos que tienen relación directa con el mismo, ya que son ellos los responsables de la confección de las prendas de trabajo.

Para la proyección de los sueldos se estableció mediante una tasa del 10,13%, ya que en ese porcentaje estimado se realizan las subidas de sueldo cada año, de acuerdo a la tabla sectorial de sueldos establecidos por el estado.

Tabla N° 68. Rol de pagos de mano de obra directa

CANT = 8 OPERARIOS (GASTO OPERACIONAL)							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	318,00	26,50	26,50	0,00	38,64	0,00	409,64
Año 1	30.528,00	2.544,00	2.544,00	0,00	3.709,15	0,00	39.325,15
Año 2	33.620,49	2.801,71	2.801,71	2.801,71	4.084,89	1.400,85	47.511,35
Año 3	37.026,24	3.085,52	3.085,52	3.085,52	4.498,69	1.542,76	52.324,25
Año 4	40.777,00	3.398,08	3.398,08	3.398,08	4.954,41	1.699,04	57.624,70
Año 5	44.907,71	3.742,31	3.742,31	3.742,31	5.456,29	1.871,15	63.462,08

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 69. Rol de pagos de mano de obra indirecta

SUPERVISOR (GASTO OPERACIONAL)							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	350,00	29,17	26,50	0,00	42,53	0,00	448,19
Año 1	4.200,00	350,00	318,00	0,00	510,30	0,00	5.378,30
Año 2	4.625,46	385,46	350,21	385,46	561,99	192,73	6.501,30
Año 3	5.094,02	424,50	385,69	424,50	618,92	212,25	7.159,89
Año 4	5.610,04	467,50	424,76	467,50	681,62	233,75	7.885,18
Año 5	6.178,34	514,86	467,79	514,86	750,67	257,43	8.683,95

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 70. Rol de pagos personal administrativo

ADMINISTRADOR (GASTO OPERACIONAL)							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	600,00	50,00	26,50	0,00	72,90	0,00	749,40
Año 1	7.200,00	600,00	318,00	0,00	874,80	0,00	8.992,80
Año 2	7.929,36	660,78	350,21	660,78	963,42	330,39	10.894,94
Año 3	8.732,60	727,72	385,69	727,72	1.061,01	363,86	11.998,60
Año 4	9.617,22	801,43	424,76	801,43	1.168,49	400,72	13.214,06
Año 5	10.591,44	882,62	467,79	882,62	1.286,86	441,31	14.552,64

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

CONTADORA / SECRETARIA (GASTO OPERACIONAL)							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	350,00	29,17	26,50	0,00	42,53	0,00	448,19
Año 1	4.200,00	350,00	318,00	0,00	510,30	0,00	5.378,30
Año 2	4.625,46	385,46	350,21	385,46	561,99	192,73	6.501,30
Año 3	5.094,02	424,50	385,69	424,50	618,92	212,25	7.159,89
Año 4	5.610,04	467,50	424,76	467,50	681,62	233,75	7.885,18
Año 5	6.178,34	514,86	467,79	514,86	750,67	257,43	8.683,95

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 71. Rol de pagos personal de ventas

VENDEDOR (GASTO OPERACIONAL)							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	318,00	26,50	26,50	0,00	38,64	0,00	409,64
Año 1	3.816,00	318,00	318,00	0,00	463,64	0,00	4.915,64
Año 2	4.202,56	350,21	350,21	350,21	510,61	175,11	5.938,92
Año 3	4.628,28	385,69	385,69	385,69	562,34	192,85	6.540,53
Año 4	5.097,12	424,76	424,76	424,76	619,30	212,38	7.203,09
Año 5	5.613,46	467,79	467,79	467,79	682,04	233,89	7.932,76

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 72. Resumen de sueldos y salarios

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	8.992,80	10.894,94	11.998,60	13.214,06	14.552,64
Contadora / Secretaria	5.378,30	6.501,30	7.159,89	7.885,18	8.683,95
Vendedor	4.915,64	5.938,92	6.540,53	7.203,09	7.932,76
Supervisor	5.378,30	6.501,30	7.159,89	7.885,18	8.683,95
Operarios	39.325,15	47.511,35	52.324,25	57.624,70	63.462,08
TOTAL	63.990,20	77.347,82	85.183,15	93.812,21	103.315,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.12. Estructura de costos operacionales y no operacionales

La estructura de costos operacionales y no operacionales permite identificar, clasificar y definir cada uno de los costos que intervienen en la producción de ropa de trabajo.

En la siguiente tabla se presenta detalladamente los costos:

Tabla N° 73. Estructura de costos operacionales proyectados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
Costos Directos de Fabricación															
Materia Prima Directa		\$ 71.261,25	\$ 71.261,25		\$ 89.510,69	\$ 89.510,69		117.284,92	117.284,92		147.737,65	147.737,65		185.204,68	185.204,68
Materiales Directos		\$ 2.910,27	\$ 2.910,27		3.270,52	3.270,52		3.680,72	3.680,72		4.153,20	4.153,20		4.703,43	4.703,43
Mano de Obra Directa		\$ 39.325,15	\$ 39.325,15		47.511,35	47.511,35		52.324,25	52.324,25		57.624,70	57.624,70		63.462,08	63.462,08
Costos Indirectos de Fabricación															
Mano de Obra Indirecta		\$ 5.378,30	\$ 5.378,30		6.501,30	6.501,30		7.159,89	7.159,89		7.885,18	7.885,18		8.683,95	8.683,95
Otros Gastos															
Energia Electrica		\$ 493,06	\$ 493,06		\$ 520,17	\$ 520,17		\$ 548,78	\$ 548,78		\$ 578,97	\$ 578,97		\$ 610,81	\$ 610,81
Agua Potable		\$ 77,99	\$ 77,99		\$ 82,28	\$ 82,28		\$ 86,80	\$ 86,80		\$ 91,58	\$ 91,58		\$ 96,61	\$ 96,61
Telefono		\$ 129,60	\$ 129,60		\$ 136,73	\$ 136,73		\$ 144,25	\$ 144,25		\$ 152,18	\$ 152,18		\$ 160,55	\$ 160,55
Internet		\$ 13,80	\$ 13,80		\$ 14,56	\$ 14,56		\$ 15,36	\$ 15,36		\$ 16,20	\$ 16,20		\$ 17,10	\$ 17,10
Depreciacion Maquinaria	\$ 858,60		\$ 858,60	\$ 858,60		\$ 858,60	\$ 858,60		\$ 858,60	\$ 858,60		\$ 858,60	\$ 858,60		\$ 858,60
Bienes de Contro Administrativo	\$ 42,80		\$ 42,80	\$ 45,15		\$ 45,15	\$ 47,64		\$ 47,64	\$ 50,26		\$ 50,26	\$ 53,02		\$ 53,02
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	\$ 901,40	\$ 119.589,41	\$ 120.490,81	\$ 903,75	\$ 147.547,60	\$ 148.451,36	\$ 906,24	\$ 181.244,96	\$ 182.151,20	\$ 908,86	\$ 218.239,66	\$ 219.148,52	\$ 911,62	\$ 262.939,21	\$ 263.850,83

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 74. Estructura de costos no operacionales

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
Gastos Administrativos			\$ 24.530,21			\$ 23.656,14			\$ 25.727,08			\$ 27.487,22			\$ 29.968,16
Energía Eléctrica		\$ 123,26	\$ 123,26		\$ 130,04	\$ 130,04		\$ 137,20	\$ 137,20		\$ 144,74	\$ 144,74		\$ 152,70	\$ 152,70
Agua Potable		\$ 77,99	\$ 77,99		\$ 82,28	\$ 82,28		\$ 86,80	\$ 86,80		\$ 91,58	\$ 91,58		\$ 96,61	\$ 96,61
Teléfono		\$ 518,40	\$ 518,40		\$ 546,91	\$ 546,91		\$ 576,99	\$ 576,99		\$ 608,73	\$ 608,73		\$ 642,21	\$ 642,21
Internet		\$ 262,20	\$ 262,20		\$ 276,62	\$ 276,62		\$ 291,84	\$ 291,84		\$ 307,89	\$ 307,89		\$ 324,82	\$ 324,82
Suministros de Oficina	\$ 57,36		\$ 57,36	\$ 60,51		\$ 60,51	\$ 63,84		\$ 63,84	\$ 67,35		\$ 67,35	\$ 71,06		\$ 71,06
Suministros de Limpieza	\$ 212,99		\$ 212,99	\$ 224,70		\$ 224,70	\$ 237,06		\$ 237,06	\$ 250,10		\$ 250,10	\$ 263,86		\$ 263,86
Suministros de Aseo	\$ 132,00		\$ 132,00	\$ 139,26		\$ 139,26	\$ 146,92		\$ 146,92	\$ 155,00		\$ 155,00	\$ 163,52		\$ 163,52
Suministros de Computación	\$ 118,50		\$ 118,50	\$ 125,02		\$ 125,02	\$ 131,89		\$ 131,89	\$ 139,15		\$ 139,15	\$ 146,80		\$ 146,80
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 128,75		\$ 128,75	\$ 128,75		\$ 128,75	\$ 128,75		\$ 128,75	\$ 128,75		\$ 128,75	\$ 128,75		\$ 128,75
Depreciación de Equipo Oficina	\$ 12,15		\$ 12,15	\$ 12,15		\$ 12,15	\$ 12,15		\$ 12,15	\$ 12,15		\$ 12,15	\$ 12,15		\$ 12,15
Depreciación de Equipo de Computación	\$ 506,30		\$ 506,30	\$ 506,30		\$ 506,30	\$ 506,30		\$ 506,30						
Suelos Administrativos	\$ 14.371,10		\$ 14.371,10	\$ 17.396,24		\$ 17.396,24	\$ 19.158,48		\$ 19.158,48	\$ 21.099,24		\$ 21.099,24	\$ 23.236,59		\$ 23.236,59
Bienes de Control Administrativo		\$ 217,40	\$ 217,40		\$ 229,36	\$ 229,36		\$ 241,97	\$ 241,97		\$ 255,28	\$ 255,28		\$ 269,32	\$ 269,32
Adecuaciones del Local	\$ 2.340,00		\$ 2.340,00												
Arriendo	\$ 3.600,00		\$ 3.600,00	\$ 3.798,00		\$ 3.798,00	\$ 4.006,89		\$ 4.006,89	\$ 4.227,27		\$ 4.227,27	\$ 4.459,77		\$ 4.459,77
Gastos de Constitución	\$ 1.851,82		\$ 1.851,82												
Gasto de Ventas			\$ 6.652,14			\$ 7.770,93			\$ 8.473,30			\$ 9.242,16			\$ 10.083,98
Publicidad inicial	\$ 1.535,00		\$ 1.535,00	\$ 1.619,43		\$ 1.619,43	\$ 1.708,49		\$ 1.708,49	\$ 1.802,46		\$ 1.802,46	\$ 1.901,60		\$ 1.901,60
Sueldos de Ventas	\$ 4.915,64		\$ 4.915,64	\$ 5.938,92		\$ 5.938,92	\$ 6.540,53		\$ 6.540,53	\$ 7.203,09		\$ 7.203,09	\$ 7.932,76		\$ 7.932,76
Bienes de Control Administrativo		\$ 201,50	\$ 201,50		\$ 212,58	\$ 212,58		\$ 224,27	\$ 224,27		\$ 236,61	\$ 236,61		\$ 249,62	\$ 249,62
Gastos Financieros			\$ 1.356			\$ 867			\$ 320						
Interés Préstamo		\$ 1.356	\$ 1.356		\$ 867	\$ 867		\$ 320	\$ 320						
TOTAL COSTOS NO OPERACIONALES	\$ 29.781,61	\$ 2.756,98	\$ 32.538,58	\$ 29.949,28	\$ 2.344,72	\$ 32.294,00	\$ 32.641,31	\$ 1.879,00	\$ 34.520,31	\$ 35.084,55	\$ 1.644,82	\$ 36.729,38	\$ 38.316,85	\$ 1.735,29	\$ 40.052,14

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

La estructura de costos operacionales y no operacionales permite identificar, clasificar y definir cada uno de los costos que son necesarios para la producción. Hay que tomar en consideración que los costos operacionales y no operacionales se proyectaron a cinco años con una tasa de inflación del 5,5% en Ecuador de acuerdo a datos actuales del Banco Mundial.

4.13. Inventario de materia prima

Para determinar el inventario de materia prima se calculó el 1% de las compras netas de materia prima detallada en la tabla N° 63, ya que las prendas de trabajo son confeccionadas bajo pedido, por lo que no pasan muchos tiempo almacenados en la bodega.

Tabla N° 75. Inventario de materia prima

AÑO 1	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Compras de materia prima neta	14120	5,05	\$ 71.261,25
Inv. inicial de materia prima	0	5,05	\$ -
Inv. final de materia prima	141	5,05	\$ 712,61
AÑO 2			
Compras de materia prima neta	16780	5,33	\$ 89.510,69
Inv. inicial de materia prima	141	5,33	\$ 753,23
Inv. final de materia prima	168	5,33	\$ 895,11
AÑO 3			
Compras de materia prima neta	20880	5,62	\$ 117.284,92
Inv. inicial de materia prima	168	5,62	\$ 942,56
Inv. final de materia prima	209	5,62	\$ 1.172,85
AÑO 4			
Compras de materia prima neta	24930	5,93	\$ 147.737,65
Inv. inicial de materia prima	209	5,93	\$ 1.237,36
Inv. final de materia prima	249	5,93	\$ 1.477,38
AÑO 5			
Compras de materia prima neta	29623	6,25	\$ 185.204,68
Inv. inicial de materia prima	249	6,25	\$ 1.558,63
Inv. final de materia prima	296	6,25	\$ 1.852,05

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.14. Inventario de productos en proceso y productos terminados

Coppola del Ecuador S.A., no utiliza inventarios para productos en proceso ya que el ciclo de prendas no permite que exista interrupciones hasta obtener el producto final y no utiliza inventarios de productos terminados, debido a que la empresa tiene contratos ya establecidos, la cantidad exacta hacia las diferentes empresa industriales que requieren el producto terminado para su uso inmediato.

4.15. Estado de costos de producción y ventas

El estado de costos de producción y ventas es un documento financiero que muestra detalladamente el costo de la producción terminada y el costo de los artículos vendidos de una empresa de transformación, durante el período de costos. La materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación son costos que ayudan a determinar la cantidad de productos adquiridos, en proceso y terminados, obteniendo el costo de ventas para el ejercicio.

Tabla N° 76. Estado de producción y ventas

	DETALLE	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
		CANT	PRECIO	TOTAL	CANT	PRECIO	TOTAL	CANT	PRECIO	TOTAL	CANT	PRECIO	TOTAL	CANT	PRECIO	TOTAL
	Inventario Inicial	0	5,05	0	141	5,05	712,61	168	5,33	895,11	209	5,62	1.172,85	249	5,93	1.477,38
	Compras Netas	14120	5,05	71.261,25	16780	5,33	89.510,69	20880	5,62	117.284,92	24930	5,93	147.737,65	29623	6,25	185.204,68
	Materiales Directos	14120	0,21	2.910,27	16780		3.270,52	20880		3.680,72	24930		4.153,20	29623		4.703,43
(=)	MP para la transformación	14120	5,25	74.171,51	16921	5,33	90.223,31	21047	5,62	118.180,02	25139	5,93	148.910,50	29872	6,25	186.682,05
(-)	Inv. Final Materia Prima	141	5,25	741,72	168	5,33	895,11	209	5,62	1.172,85	249	5,93	1.477,38	296	6,25	1.852,05
(=)	MAT PRIMA DIRECTA UTILIZADA	13979	5,25	73.429,80	16753	5,33	89.368,81	20839	5,62	117.007,17	24889	5,93	147.433,12	30169	6,25	188.534,10
(+)	Mano de Obra Directa			39.325,15			47.511,35			52.324,25			57.624,70			63.462,08
(=)	COSTO PRIMO			112.754,95			136.880,16			169.331,42			205.057,82			251.996,18
(+)	Costos Indirectos Fabricación			1.615,84			1.612,34			1.653,79			1.697,53			1.743,67
(+)	Mano de Obra Indirecta		5.378,30	5.378,30			6.501,30			7.159,89			7.885,18			8.683,95
(=)	COSTO PRODUCCIÓN	7877	15,20	119.749,09	9662	15,01	144.993,81	11644	15,30	178.145,10	13900	15,44	214.640,53	16514	15,89	262.423,80
(+)	Inventario Inicial Art Proceso	49	15,20	741,72	60	15,01	895,11	77	15,30	1.172,85	95,67	15,44	1.477,38	116,5	15,89	1.852,05
(=)	Productos en Proceso	7926	15,20	120.490,81	9722	15,01	145.888,91	11721	15,30	179.317,95	13996	15,44	216.117,91	16631	15,89	264.275,85
(-)	Inventario Final Art en Proceso	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
(=)	Costo de Artículos en Proceso	7926	15,20	120.490,81	9730	15,01	146.011,11	11721	15,30	179.317,95	13996	15,44	216.117,91	16631	15,89	264.275,85
(+)	Inv. Productos Terminados				0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
(=)	PRODUCT. DISPON. VENTA	7926	15,20	120.490,81	9730	15,01	146.011,11	11721	15,30	179.317,95	13996	15,44	216.117,91	16631	15,89	264.275,85
(-)	Inv. Final Productos Terminados	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
(=)	COSTO DE VENTAS	7926	15,20	\$ 120.490,81	9730	15,01	\$ 146.011,11	11721	15,30	\$ 179.317,95	13996	15,44	\$ 216.117,91	16631	15,89	\$ 264.275,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.16. Determinación del Precio

El precio de cada una de las prendas está determinado en base al costo de ventas y los gastos incurridos en su producción (confección).

Para establecer un precio más acertado se ha tomado en cuenta los costos operacionales y los gastos incurridos en la producción de cada una de las prendas de trabajo, también se ha considerado basarse en los precios ya establecidos por la matriz de la empresa Coppola del Ecuador que se ubica en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, ya que al ser solamente un sucursal ésta deberá normarse bajo las políticas de la misma. Cuyo margen de contribución establecido es del 40% para cada una de las prendas a ofertarse.

Tabla N° 77. Resumen de costos y gastos

RESUMEN COSTO DE VENTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 120.490,81	\$ 146.011,11	\$ 179.317,95	\$ 216.117,91	\$ 264.275,85

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 24.530,21	\$ 23.656,14	\$ 25.727,08	\$ 27.487,22	\$ 29.968,16

RESUMEN GASTO DE VENTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 6.652,14	\$ 7.770,93	\$ 8.473,30	\$ 9.242,16	\$ 10.083,98

RESUMEN GASTOS FINANCIEROS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1.356	\$ 867	\$ 320	\$ -	\$ -

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Para la determinación del precio se tomo como referencia los precios ya fijados por la empresa, mismos que se encuentra en el catalogo de prendas que comercializa Coppola del Ecuador S.A.

Tabla N° 78. Determinación del precio

PRODUCTO	PRECIO DE COSTO	COSTOS VARIOS 20%	40% MARGEN UTIL	PVP
Pantalones ripstop	18	21,60	8,64	30,00
Pantalones jean	12	14,4	5,76	20,00
Camisas formales	9,64	11,57	4,63	16,20
Ponchos de agua/impermeables	13,39	16,07	6,43	22,50
Terno chubasquero impermeable	33	39,6	15,84	55,00
Mandiles	10,72	12,86	5,14	18,00
Chalecos reflectivos	10,18	12,21	4,88	17,10
Overol de trabajo /ripstop	30	36	14,4	50,00
Overol de trabajo/gabardina	18,75	22,5	9,00	31,50
Camisetas de algodón	3,6	4,32	1,73	6,00
TOTAL				268

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.17. Proyección de ventas

Para la proyección de las ventas se tomó en cuenta el precio mismo que se proyectó aplicando la tasa de inflación de acuerdo a datos del Banco Mundial, correspondiente al 5,5% y para la proyección de la oferta se tomó como referencia la tabla N° 36 misma que indica el porcentaje de participación que estima la empresa Coppola del Ecuador S.A., para acaparar en relación a la demanda insatisfecha.

Tabla N° 79. Proyección de ventas

PRODUCTO	CANT	PRECIO	AÑO 1	CANT	PRECIO	AÑO 2	CANT	PRECIO	AÑO 3	CANT	PRECIO	AÑO 4	CANT	PRECIO	AÑO 5
Pantalones ripstop	793	30	23.988,42	973	32	31.041,15	1173	34	39.481,21	1401	35,51	49.732,41	1664	37,46	62.344,80
Pantalones jean	793	20	15.992,28	973	21	20.694,10	1173	22	26.320,81	1401	23,67	33.154,94	1664	24,97	41.563,20
Camisas formales	793	16,20	12.849,80	973	17,09	16.627,71	1173	18,03	21.148,77	1401	19,02	26.639,99	1664	20,07	33.396,03
Ponchos de agua/impermeables	793	22,50	17.847,39	973	23,74	23.094,61	1173	25,04	29.374,02	1401	26,42	37.000,91	1664	27,87	46.384,53
Terno chubasquero impermeable	793	55	43.978,78	973	58	56.908,77	1173	62	72.382,22	1401	65,10	91.176,08	1664	68,68	114.298,80
Mandiles	793	18	14.281,11	973	19	18.479,83	1173	20	23.504,48	1401	21,14	29.607,36	1664	22,30	37.115,94
Chalecos reflectivos	793	17,10	13.561,46	973	18,04	17.548,59	1173	19,03	22.320,04	1401	20,07	28.115,39	1664	21,18	35.245,59
Overol de trabajo /ripstop	793	50	39.980,71	973	53	51.735,24	1173	56	65.802,02	1401	59,18	82.887,35	1664	62,44	103.908,00
Overol de trabajo/gabardina	793	31,50	24.987,94	973	33,23	32.334,53	1173	35	41.126,26	1401	36,99	51.804,59	1664	39,02	64.942,50
Camisetas de algodón	793	6	4.797,68	973	6	6.208,23	1173	7	7.896,24	1401	7,10	9.946,48	1664	7,49	12.468,96
TOTAL			\$ 212.265,57			\$ 274.672,75			\$ 349.356,07			\$ 440.065,50			\$ 551.668,37

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.18. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio del proyecto, es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.

A través del análisis del punto de equilibrio se puede tomar decisiones operativas a corto plazo, vinculadas con los volúmenes de ventas que se esperan y que fueron pronosticadas en el estudio de mercado, con los costos directos que derivan de los balances, los gastos de los periodos presupuestados.

Para el cálculo del punto de equilibrio y para su proyección a diez años utilizamos la siguiente fórmula:

Términos económicos:

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

Donde:

PE = Punto de equilibrio

CF = Costos fijos totales

CV = Costos variables

VT = Ventas totales

$$PE = 72.431,10$$

Términos de unidad

$$Q = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\text{PRECIO VTA. UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

$$Q = 2.262,33$$

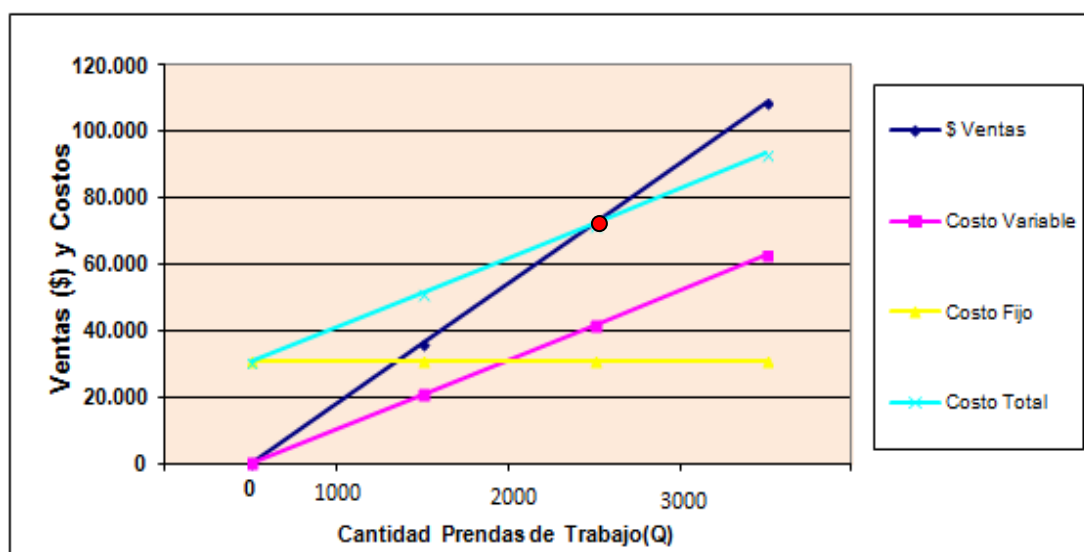
Tabla N° 80. Determinación del punto de equilibrio

DETALLE	AÑO 1
Costos fijos	30.683,01
Costos variables	122.346,39
Ingresos	212.265,57
Unidades	7.933
Función de ingresos	72.431,10
Productos vendidos	2.626
Costo variable unitario	15,08
PRECIO DE VENTA	26,76

Cantidad productos vendidos	0	0	0	0
Ventas	0	36.216	72.431	108.647
Costo variable	0	20.874	41.748	62.622
Costo fijo	30.683	30.683	30.683	30.683
Costo total	30.683	51.557	72.431	93.305
Utilidad	-30.683	-15.342	0	15.342

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Gráfico N° 33. Representación punto de equilibrio



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Acotación: Como se puede observar en el gráfico el eje vertical representa los ingresos expresados en miles de dólares y el eje inferior representa la cantidad de producción y unidades de prendas. Los resultados obtenidos muestran que para obtener un punto de equilibrio donde no exista ni pérdida ni ganancia la empresa debe producción 2.626 unidades de prendas de trabajo que representa un costo de \$72.431,10 dólares.

4.19. Estados financieros

Son informes que utilizan las empresas para informar acerca de la situación económica y financiera y los cambios que ese suscita en la misma a una fecha o periodo determinado. La información es considerada muy útil para la administración, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios, con el propósito de conocer la situación actual económica de la empresa para la toma de decisiones.

4.19.1. Estado de resultados

El estado de resultados es un estado financiero que se presenta en forma ordenada y detalladamente los ingresos y gastos que han incurrido durante un ejercicio económico, hasta obtener el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

Tabla N° 81. Estado de resultados sin financiamiento

**COPPOLA DEL ECUADOR S.A.
ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO**

CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales					
Ventas	\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37
(-) Costo de venta	\$ 120.490,81	\$ 146.011,11	\$ 179.317,95	\$ 216.117,91	\$ 264.275,85
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 91.774,76	\$ 128.661,64	\$ 170.038,12	\$ 223.947,59	\$ 287.392,52
Gastos operacionales					
(-) Gastos administrativos	\$ 24.530,21	\$ 23.656,14	\$ 25.727,08	\$ 27.487,22	\$ 29.968,16
(-) Gasto de ventas	\$ 6.652,14	\$ 7.770,93	\$ 8.473,30	\$ 9.242,16	\$ 10.083,98
(=) Utilidad operacional	\$ 60.592,41	\$ 97.234,57	\$ 135.837,74	\$ 187.218,22	\$ 247.340,38
Gastos no operacionales					
(-) Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad del ejercicio antes de participación	\$ 60.592,41	\$ 97.234,57	\$ 135.837,74	\$ 187.218,22	\$ 247.340,38
(-) 15% participación empleados	\$ 9.088,86	\$ 14.585,19	\$ 20.375,66	\$ 28.082,73	\$ 37.101,06
(=) Utilidad del ejercicio antes de impuestos	\$ 51.503,54	\$ 82.649,38	\$ 115.462,08	\$ 159.135,48	\$ 210.239,32
(-) 22% impuesto a la renta	\$ 11.330,78	\$ 18.182,86	\$ 25.401,66	\$ 35.009,81	\$ 46.252,65
(=) Utilidad del Ejercicio	\$ 40.172,76	\$ 64.466,52	\$ 90.060,42	\$ 124.125,68	\$ 163.986,67

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 82. Estado de resultados con financiamiento

**COPPOLA DEL ECUADOR S.A.
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO**

CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales					
Ventas	\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37
(-) Costo de venta	\$ 120.490,81	\$ 146.011,11	\$ 179.317,95	\$ 216.117,91	\$ 264.275,85
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 91.774,76	\$ 128.661,64	\$ 170.038,12	\$ 223.947,59	\$ 287.392,52
Gastos operacionales					
(-) Gastos administrativos	\$ 24.530,21	\$ 23.656,14	\$ 25.727,08	\$ 27.487,22	\$ 29.968,16
(-) Gasto de ventas	\$ 6.652,14	\$ 7.770,93	\$ 8.473,30	\$ 9.242,16	\$ 10.083,98
(=) Utilidad operacional	\$ 60.592,41	\$ 97.234,57	\$ 135.837,74	\$ 187.218,22	\$ 247.340,38
Gastos no operacionales					
(-) Gastos financieros	\$ 1.356,23	\$ 866,93	\$ 319,93	\$ -	\$ -
(=) Utilidad del ejercicio antes de participación	\$ 59.236,18	\$ 96.367,64	\$ 135.517,81	\$ 187.218,22	\$ 247.340,38
(-) 15% participación empleados	\$ 8.885,43	\$ 14.455,15	\$ 20.327,67	\$ 28.082,73	\$ 37.101,06
(=) Utilidad del ejercicio antes de impuestos	\$ 50.350,75	\$ 81.912,49	\$ 115.190,14	\$ 159.135,48	\$ 210.239,32
(-) 22% impuesto a la renta	\$ 11.077,17	\$ 18.020,75	\$ 25.341,83	\$ 35.009,81	\$ 46.252,65
(=) Utilidad del Ejercicio	\$ 39.273,59	\$ 63.891,74	\$ 89.848,31	\$ 124.125,68	\$ 163.986,67

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

4.19.2. Estado de flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo se considera como uno de los estados financieros que permite evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y determinar las necesidades de liquidez. De acuerdo a la NIC # 7 el objetivo es exigir a las empresas la información acerca de los movimientos históricos de efectivo, a través de la presentación de un estado de flujos de efectivo, para así mismo poderse proyectar y tomar decisiones acordes con su verdadera capacidad de liquidez.

La información contenida en el estado de flujo de efectivo es útil para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo, de cómo genera ese efectivo, para así mismo poder proyectarse y tomar decisiones acordes con su verdadera capacidad de liquidez.

4.19.3. Balance general

El Balance general es un documento que muestra detalladamente los activos, los pasivos y el patrimonio con que cuenta la empresa en un momento determinado.

Tabla N° 83. Estado de flujo de efectivo sin financiamiento

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A) Entradas de Efectivo						
Ventas		\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37
Total Entradas de Efectivo		\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37
B) Salidas de Efectivo						
Compra Materia Prima		\$ 71.261,25	\$ 89.510,69	117.284,92	147.737,65	185.204,68
Materiales Directos		\$ 2.910,27	\$ 3.270,52	3.680,72	4.153,20	4.703,43
Mano de Obra Directa		\$ 39.325,15	47.511,35	52.324,25	57.624,70	63.462,08
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 6.135,54	\$ 7.300,20	\$ 8.002,72	\$ 8.774,37	\$ 9.622,04
Gastos no Operacionales		\$ 30.535,17	\$ 30.779,88	\$ 33.553,19	\$ 36.600,63	\$ 39.911,24
Depreciaciones		\$ 1.505,79	\$ 1.505,79	\$ 1.505,79	\$ 999,50	\$ 999,50
15% Participación Empleados		\$ 9.088,86	\$ 14.585,19	\$ 20.375,66	\$ 28.082,73	\$ 37.101,06
22% Impuesto a la Renta		\$ 11.330,78	\$ 18.182,86	\$ 25.401,66	\$ 35.009,81	\$ 46.252,65
Total Salidas de Efectivo		\$ 172.092,81	\$ 212.646,48	\$ 262.128,90	\$ 318.982,58	\$ 387.256,67
C) Total Flujo (A-B)		\$ 40.172,76	\$ 62.026,28	\$ 87.227,17	\$ 121.082,92	\$ 164.411,69
(-) Inversión Activos Fijos	-13.372,50					
(-) Activos Diferidos	-600					
(-) Capital de Trabajo	-12.639,43					
(+) Depreciación Maquinaria		\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60
(+) Depreciación Equipo de Oficina		\$ 12,15	\$ 12,15	\$ 12,15	\$ 12,15	\$ 12,15
(+) Depreciación Muebles y Enseres		\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 128,75
(+) Depreciación Equipo de Cómputo		\$ 506,30	\$ 506,30	\$ 506,30	\$ -	\$ -
D) FLUJO NETO DE CAJA	-26.611,93	\$ 41.678,56	\$ 63.532,07	\$ 88.732,96	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 84. Estado de flujo de efectivo con financiamiento

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A) Entradas de Efectivo						
Ventas		\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37
Total Entradas de Efectivo		\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37
B) Salidas de Efectivo						
Compra Materia Prima		\$ 71.261,25	\$ 89.510,69	117.284,92	147.737,65	185.204,68
Materiales Directos		\$ 2.910,27	\$ 3.270,52	\$ 3.680,72	\$ 4.153,20	\$ 4.703,43
Mano de Obra Directa		\$ 39.325,15	47.511,35	52.324,25	57.624,70	63.462,08
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 6.135,54	\$ 7.300,20	\$ 8.002,72	\$ 8.774,37	\$ 9.622,04
Gastos no Operacionales		\$ 30.535,17	\$ 30.779,88	\$ 33.553,19	\$ 36.600,63	\$ 39.911,24
Depreciaciones		\$ 1.505,79	\$ 1.505,79	\$ 1.505,79	\$ 999,50	\$ 999,50
15% Participación Empleados		\$ 8.885,43	\$ 14.455,15	\$ 20.327,67	\$ 28.082,73	\$ 37.101,06
22% Impuesto a la Renta		\$ 11.077,17	\$ 18.020,75	\$ 25.341,83	\$ 35.009,81	\$ 46.252,65
Total Salidas de Efectivo		\$ 171.635,76	\$ 212.354,32	\$ 262.021,08	\$ 318.982,58	\$ 387.256,67
C) Total Flujo (A-B)		\$ 40.629,81	\$ 62.318,43	\$ 87.334,99	\$ 121.082,92	\$ 164.411,69
Capital Préstamo	-13.973	\$ 4.148,97	\$ 4.638,27	\$ 5.185,27		
Capital Propio	-12.639					
Pago Interés Préstamo		\$ 1.356,23	\$ 866,93	\$ 319,93		
(+) Depreciación Maquinaria		\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60
(+) Depreciación Equipo de Oficina		\$ 12,15	\$ 12,15	\$ 12,15	\$ 12,15	\$ 12,15
(+) Depreciación Muebles y Enseres		\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 128,75	\$ 128,75
(+) Depreciación Equipo de Cómputo		\$ 506,30	\$ 506,30	\$ 506,30	\$ -	\$ -
D) Saldo Final de Caja	-26.612	\$ 36.630,41	\$ 58.319,03	\$ 83.335,59	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 85. Balance general sin financiamiento

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 12.639,43	\$ 52.533,96	\$ 98.006,00	\$ 157.864,36	\$ 240.903,43	\$ 348.343,24
Inventario de Materia Prima		\$ 712,61	\$ 895,11	\$ 1.172,85	\$ 1.477,38	\$ 1.852,05
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 12.639,43	\$ 53.246,57	\$ 98.901,11	\$ 159.037,21	\$ 242.380,80	\$ 350.195,28
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Muebles y Enseres	1.430,50	1.430,50	1.430,50	1.430,50	1.430,50	1.430,50
Equipo de Cómputo	2.267,00	2.267,00	2.267,00	2.267,00	2.267,00	2.267,00
Maquinaria	9.540,00	9.540,00	9.540,00	9.540,00	9.540,00	9.540,00
Equipo de Oficina	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
OTROS ACTIVOS						
Garantía Arriendo	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
(-) Depreciación Acumulada		\$ 1.505,79	\$ 3.011,58	\$ 4.517,38	\$ 5.516,87	\$ 6.516,37
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	13.972,50	15.478,29	16.984,08	18.489,88	19.489,37	20.488,87
TOTAL ACTIVOS	26.611,93	\$ 68.724,86	\$ 115.885,19	\$ 177.527,09	\$ 261.870,17	\$ 370.684,15
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
15% Participación Empleados		\$ 9.088,86	\$ 14.585,19	\$ 20.375,66	\$ 28.082,73	\$ 37.101,06
22% Impuesto a la Renta por Pagar		\$ 11.330,78	\$ 18.182,86	\$ 25.401,66	\$ 35.009,81	\$ 46.252,65
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 20.419,64	\$ 32.768,05	\$ 45.777,32	\$ 63.092,54	\$ 83.353,71
PASIVO NO CORRIENTE						
Prestamo bancario por Pagar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago Prestamo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE						
TOTAL PASIVO		\$ 20.419,64	\$ 32.768,05	\$ 45.777,32	\$ 63.092,54	\$ 83.353,71
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 26.611,93	\$ 26.611,93	\$ 26.611,93	\$ 26.611,93	\$ 26.611,93	\$ 26.611,93
Utilidad Retenida		\$ -	\$ 21.693,29	\$ 56.505,21	\$ 105.137,84	\$ 172.165,70
Utilidad Neta		\$ 21.693,29	\$ 34.811,92	\$ 48.632,63	\$ 67.027,87	\$ 88.552,80
TOTAL PATRIMONIO	\$ 26.611,93	\$ 48.305,22	\$ 83.117,14	\$ 131.749,77	\$ 198.777,64	\$ 287.330,44
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 26.611,93	\$ 68.724,86	\$ 115.885,19	\$ 177.527,09	\$ 261.870,17	\$ 370.684,15

Fuente: Investigación directa / Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 86. Balance general con financiamiento

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 12.639,43	\$ 47.442,39	\$ 88.130,68	\$ 142.873,57	\$ 226.020,45	\$ 333.460,26
Inventario de Materia Prima		\$ 712,61	\$ 895,11	\$ 1.172,85	\$ 1.477,38	\$ 1.852,05
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 12.639,43	\$ 48.155,00	\$ 89.025,79	\$ 144.046,42	\$ 227.497,83	\$ 335.312,31
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Muebles y Enseres	1.430,50	1.430,50	1.430,50	1.430,50	1.430,50	1.430,50
Equipo de Cómputo	2.267,00	2.267,00	2.267,00	2.267,00	2.267,00	2.267,00
Maquinaria	9.540,00	9.540,00	9.540,00	9.540,00	9.540,00	9.540,00
Equipo de Oficina	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
OTROS ACTIVOS						
Garantía Arriendo	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
(-) Depreciación Acumulada		\$ 1.505,79	\$ 3.011,58	\$ 4.517,38	\$ 5.516,87	\$ 6.516,37
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	13.972,50	15.478,29	16.984,08	18.489,88	19.489,37	20.488,87
TOTAL ACTIVOS	26.611,93	\$ 63.633,29	\$ 106.009,87	\$ 162.536,29	\$ 246.987,20	\$ 355.801,17
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
15% Participación Empleados		\$ 8.885,43	\$ 14.455,15	\$ 20.327,67	\$ 28.082,73	\$ 37.101,06
22% Impuesto a la Renta por Pagar		\$ 11.077,17	\$ 18.020,75	\$ 25.341,83	\$ 35.009,81	\$ 46.252,65
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 19.962,59	\$ 32.475,89	\$ 45.669,50	\$ 63.092,54	\$ 83.353,71
PASIVO NO CORRIENTE						
Prestamo bancario por Pagar		\$ 4.148,97	\$ 4.638,27	\$ 5.185,27	\$ -	\$ -
Pago Prestamo	\$ 13.972	\$ 9.823,53	\$ 5.185,27	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 13.972	\$ 9.823,53	\$ 5.185,27	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 13.972	\$ 29.786,12	\$ 37.661,16	\$ 45.669,50	\$ 63.092,54	\$ 83.353,71
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 12.639	\$ 12.639	\$ 12.639	\$ 12.639	\$ 12.639	\$ 12.639
Utilidad Retenida		\$ -	\$ 21.207,74	\$ 55.709,28	\$ 104.227,36	\$ 171.255,23
Utilidad Neta		\$ 21.207,74	\$ 34.501,54	\$ 48.518,08	\$ 67.027,87	\$ 88.552,80
TOTAL PATRIMONIO	\$ 12.639	\$ 33.847,17	\$ 68.348,71	\$ 116.866,79	\$ 183.894,66	\$ 272.447,46
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 26.611,93	\$ 63.633,29	\$ 106.009,87	\$ 162.536,29	\$ 246.987,20	\$ 355.801,17

Fuente: Investigación directa / Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis: Haciendo un análisis comparativo sobre los estados financieros con y sin financiamiento se pudo determinar que la empresa tendría mayor rentabilidad si no realiza la inversión con la institución financiera ya que no pagaría los intereses generados por la deuda, pero por otro lado sin financiamiento genera mayor responsabilidad tributaria por lo que se recomienda que la puesta en marcha del proyecto se realice la inversión con una institución financiera, ya que este permite obtener ventajas como: menores pagos tributarios y menor riesgo en la inversión.

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. Introducción

“El objetivo de la evaluación del proyecto es establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas, al elegir este proyecto para invertir sus recursos y comprobar la virtud de este, desde el punto de vista financiero, es decir a través de la medición del nivel de rentabilidad que obtienen los empresarios inversionistas como justo rédito al riesgo de utilizar sus recursos económicos en esta alternativa de inversión” (Barreno, 2006, pág. 11).

Por qué se puede decir que la evaluación financiera es la más importante para la toma de decisiones de un proyecto de interés privado, además identifica, desde el punto de vista de un inversionista, los ingresos y egresos atribuibles a la realización del proyecto y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo en términos de valores.

5.2. Objetivo

El objetivo de la evaluación, permite determinar el mayor o menor grado de utilidad a través de la asignación de recursos de capital a determinada inversión; es decir, conocer si el proyecto es factible o no.

5.3. Determinación de la tasa de descuento

La tasa de descuento es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima que se espera ganar, ya que permite traer al presente los flujos de ingresos y costos futuros del proyecto de inversión.

Tabla N° 87. TMAR sin financiamiento

DETALLE	TASA DE INFLACIÓN	RIESGO PAÍS	PREMIO AL RIESGO	TOTAL
Sin financiamiento	3,03%	6,77%	11,20%	21%
DETALLE	MONTO	PORCENTAJE	TMAR	PONDERACIÓN
Inversión propia	26.211,93	100%	21%	21,00%
	26.211,93	TMAR GLOBAL		21,00%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Acotación: La tasa mínima aceptable de rendimiento sin financiamiento es del 21,00% la cual se obtuvo de la suma de: la tasa de inflación de 3,03%, la tasa de riesgo país tasa 6,77% y la tasa de premio al riesgo 11,20%.

Tabla N° 88. TMAR con financiamiento

DETALLE	TASA DE INFLACIÓN	RIESGO PAÍS	PREMIO AL RIESGO	TOTAL
Con financiamiento	3,03%	6,77%	11,20%	21,00%
DETALLE	MONTO	PORCENTAJE	TMAR	PONDERACIÓN
Inversión propia	12.639	47,50%	21,00%	9,97%
Inversión terceros	13.973	52,50%	11,20%	5,88%
	26.611,93	TMAR GLOBAL		15,85%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Acotación: La tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento es del 15,85% la cual se obtuvo de la suma de: la ponderación de 9,97% y 5,88%; se debe tomar en cuenta que la TMAR con financiamiento disminuye, ya que se toma el porcentaje de inversión propia y la inversión de terceros.

5.4. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto consiste en traer los flujos futuros a valor presente, mediante una tasa de descuento, para que el proyecto sea rentable, el VAN deberá ser igual o superior a cero.

Cuando el VAN es positivo el proyecto puede ejecutarse; por esta razón se puede determinar que el proyecto es viable debido a que el flujo del primer año va incrementándose hasta el año 5.

Para determinar el factor de acumulación se consideró la tasa del costo de oportunidad que es 11,20% el flujo descontado se obtuvo multiplicando el flujo generado por el factor de acumulación.

Fórmula:

$$VAN = - I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

FC = Flujo de caja en el periodo t

i = Tasa de descuento

I₀: Inversión inicial en el momento cero de la evaluación

Tabla N° 89. VAN sin financiamiento

FLUJO DE EFECTIVO SIN FINANCIAMIENTO

AÑO 0 (INVERSIÓN)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 26.611,93	\$ 41.678,56	\$ 63.532,07	\$ 88.732,96	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19

TMAR	
0,21	1,21
	1,46
	1,77
	2,14
	2,59

VAN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 41.678,56	\$ 63.532,07	\$ 88.732,96	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19
		1,21	1,46	1,77	2,14	2,59
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 34.445,09	\$ 43.393,26	\$ 50.087,45	\$ 56.952,35	\$ 63.773,17
VAN =	\$ 222.039,38					

TASA DE OPORTUNIDAD	
0,1120	1,11
	1,24
	1,38
	1,53
	1,70

VAN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 41.678,56	\$ 63.532,07	\$ 88.732,96	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19
		1,11	1,24	1,38	1,53	1,70
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 37.480,72	\$ 51.378,74	\$ 64.531,33	\$ 79.842,47	\$ 97.283,89
VAN =	\$ 357.129,08					

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis: El valor actual neto sin financiamiento es mayor que cero por lo que se define que el proyecto es viable y genera beneficio de \$ 222.039,38

Tabla N° 90. VAN con financiamiento

FLUJO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO

AÑO 0 (INVERSIÓN)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 26.611,93	\$ 36.630,41	\$ 58.319,03	\$ 83.335,59	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19

TMAR	
0,16	1,16
	1,34
	1,56
	1,80
	2,09

VAN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 36.630,41	\$ 58.319,03	\$ 83.335,59	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19
		1,16	1,34	1,56	1,80	2,09
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 31.617,59	\$ 43.449,43	\$ 53.590,93	\$ 67.764,28	\$ 79.250,04
VAN 1 =	\$ 249.060,34					

TASA DE OPORTUNIDAD	
0,1120	1,11
	1,24
	1,38
	1,53
	1,70

VAN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 36.630,41	\$ 58.319,03	\$ 83.335,59	\$ 122.082,41	\$ 165.411,19
		1,11	1,24	1,38	1,53	1,70
VAN =	\$ 26.611,93	\$ 32.941,02	\$ 47.162,92	\$ 60.606,07	\$ 79.842,47	\$ 97.283,89
VAN 2 =	\$ 291.224,44					

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis: El valor actual neto con financiamiento es mayor que cero por lo que se define que el proyecto es viable y genera beneficio de \$ 249.060,34

5.5. Tasa interna de retorno (TIR)

El TIR mide la rentabilidad del dinero invertido en el proyecto. Se denomina tasa interna de retorno porque se supone que el dinero que se gana anualmente en el proyecto, se reinvierte en su totalidad.

Para que el TIR se pueda considerar rentable debe ser superior al costo de oportunidad del capital. También se lo puede interpretar como la tasa máxima que un inversionista estaría en capacidad de cubrir sin perder dinero.

Para determinar si un proyecto es rentable hay que tomar en cuenta lo siguiente:

Si el resultado es:

- $TIR > TMAR$ se acepta el proyecto, ya que da una mayor rentabilidad que la rentabilidad mínima requerida.
- $TIR = TMAR$ el proyecto es indiferente ya que el proyecto no genera utilidad ni pérdida.
- $TIR < TMAR$ no se acepta el proyecto ya que da una menor rentabilidad que la rentabilidad mínima requerida.

$$TIR = (T2 - VAN2) \left[\frac{T2 - T1}{VAN2 - VAN1} \right]$$

Tabla N° 91. TIR sin financiamiento

$$TIR = \frac{-357.128,96}{-0,098000000} = 0,259077038$$

\$ 135.089,70

VAN (1) =	\$ 26.611,93	\$ 34.445,09	\$ 43.393,26	\$ 50.087,45	\$ 56.952,35	\$ 63.773,17
i =	21,00%					
VAN =	\$ 222.039,38					

VAN (2) =	\$ 26.611,93	\$ 37.480,72	\$ 51.378,74	\$ 64.531,33	\$ 79.842,47	\$ 97.283,89
i =	11,20%					
VAN =	\$ 357.129,08					

T2	0,1120
VAN 2	\$ 357.129,08
T1	0,2100
VAN 1	\$ 222.039,38
TIR	0,2591
	25,91%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis: El TIR sin financiamiento es del 25,91% y una TMAR del 21,00 lo que quiere decir que la TIR es mayor que la TMAR y se acepta el proyecto, ya que se observa mayor rentabilidad que la rentabilidad mínima requerida.

Tabla N° 92. TIR con financiamiento

$$\text{TIR} = \frac{-291.224,33}{\frac{-0,06545447}{\$ 42.164,10}} = 0,321485932$$

VAN (1) =	\$ 26.611,93	\$ 31.617,59	\$ 43.449,43	\$ 53.590,93	\$ 67.764,28	\$ 79.250,04
i =	15,85%					
VAN =	\$ 249.060,34					

VAN (2)=	\$ 26.611,93	\$ 32.941,02	\$ 47.162,92	\$ 60.606,07	\$ 79.842,47	\$ 97.283,89
i =	11,20%					
VAN =	\$ 291.224,44					

T2	0,1120
VAN 2	\$ 291.224,44
T1	0,1585
VAN 1	\$ 249.060,34
TIR	0,3215
	32,15%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis: El TIR con financiamiento es del 32,15% y una TMAR del 15,85 lo que quiere decir que la TIR es mayor que la TMAR y se acepta el proyecto, ya que se observa mayor rentabilidad que la rentabilidad mínima requerida.

5.6. Relación costo beneficio (RCB)

La relación costo beneficio consiste en tomar los ingresos y egresos presentes netos del estado de flujo de efectivo, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto, se tiene que si el resultado es:

C/B = 1 los ingresos son iguales que los egresos, el proyecto es indiferente.

C/B > 1 los ingresos son mayores que los egresos, el proyecto es viable.

C/B < 1 los ingresos son menores que los egresos, el proyecto no es viable.

$$RC/B = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados} + \text{Inversión inicial}}$$

Tabla N° 93. Relación costo beneficio sin financiamiento

TMAR 21,00%

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TMAR	1,21	1,46	1,77	2,14	2,59	
Costo total	\$ 153.029,39	\$ 180.745,36	\$ 216.671,51	\$ 255.877,90	\$ 303.902,97	
Costo actualizado	\$ 126.470,57	\$ 123.451,51	\$ 122.305,42	\$ 119.368,93	\$ 117.167,75	\$ 608.764,18
Ingresos	\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37	
Ingreso actualizado	\$ 175.426,09	\$ 187.605,19	\$ 197.202,39	\$ 205.293,80	\$ 212.692,04	\$ 978.219,51

$$RC / B = \frac{\$ 978.219,51}{\$ 608.764,18 - \$ 26.611,93}$$

$$RC / B = \frac{\$ 978.219,51}{\$ 635.376,11}$$

$$RC / B = 1,54$$

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis: El cálculo de la relación costo/beneficio sin financiamiento da como resultado 1,54 siendo este mayor que uno; es decir los ingresos son mayores que los egresos y que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0,54 siendo así el proyecto viable.

Tabla N° 94. Relación costo beneficio con financiamiento

TMAR 16,00%

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TMAR	1,16	1,34	1,56	1,80	2,09	
Costo total	\$ 153.029,39	\$ 180.745,36	\$ 216.671,51	\$ 255.877,90	\$ 303.902,97	
Costo actualizado	\$ 132.087,52	\$ 134.660,74	\$ 139.335,76	\$ 142.030,13	\$ 145.602,75	\$ 693.716,89
Ingresos	\$ 212.265,57	\$ 274.672,75	\$ 349.356,07	\$ 440.065,50	\$ 551.668,37	
Ingreso actualizado	\$ 183.217,30	\$ 204.639,48	\$ 224.661,72	\$ 244.267,13	\$ 264.309,46	\$ 1.121.095,09

$$RC / B = \frac{\$ 1.121.095,09}{\$ 693.716,89 - \$ 26.611,93}$$

$$RC / B = \frac{\$ 1.121.095,09}{\$ 720.328,82}$$

$$RC / B = 1,56$$

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Análisis: El cálculo de la relación costo/beneficio con financiamiento da como resultado 1,56 siendo este mayor que uno; es decir los ingresos son mayores que los egresos y que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0,56 siendo así el proyecto viable.

5.7. Período de recuperación de la inversión

Este indicador es importante para cuando el inversionista desea conocer en que tiempo podrá recuperar su dinero invertido en el proyecto. Este permite determinar el número de períodos necesarios para que el inversionista recupere la inversión inicial.

Para obtener un flujo descontado o acumulado, se suma el flujo descontado o acumulado del año 0 más el flujo descontado del año 1, hasta establecer cuando se recupera la inversión.

La inversión realizada en este proyecto sin financiamiento se recupera en 9 meses y 8 días aproximadamente, resultado que se presenta en la tabla N° 95.

Tabla N° 95. Período de recuperación de la inversión sin financiamiento

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL PROYECTO				
TMAR SIN FINANCIAMIENTO				21,00%
AÑO		FLUJO NETO	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO
0	AÑO 0	-26.611,93	-26.611,93	-
1	AÑO 1	41.678,56	34.445,09	34.445,09
2	AÑO 2	63.532,07	43.393,26	77.838,35
3	AÑO 3	88.732,96	50.087,45	127.925,79
4	AÑO 4	122.082,41	56.952,35	184.878,14
5	AÑO 5	165.411,19	63.773,17	248.651,31
RECUPERACIÓN DEL PROYECTO				0,81

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	
MESES	DÍAS
9	8

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

Tabla N° 96. Período de recuperación de la inversión con financiamiento

PERIODO DE REPAGO DEL INVERSIONISTA				
TMAR INVERSIONISTA				16,00%
AÑO		FLUJO NETO	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO
0	AÑO 0	-26611,93	-26611,93	-
1	AÑO 1	36630,41	31.617,59	31.617,59
2	AÑO 2	58319,03	43.449,43	75.067,02
3	AÑO 3	83335,59	53.590,93	128.657,95
4	AÑO 4	122082,41	67.764,28	196.422,22
5	AÑO 5	165411,19	79.250,04	275.672,27
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN				0,86

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	
MESES	DÍAS
10	3

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Cristina Jácome y Stalin Muñoz

La inversión realizada en este proyecto con financiamiento se recupera en 10 meses y 3 días aproximadamente, resultado que se observa en la tabla N° 96.

5.8. Impacto socio – económico

El presente proyecto presenta la gran oportunidad de generar puestos de trabajo, principalmente en la zona sur de la ciudad de Quito donde se pretende ubicar las instalaciones de la empresa Coppola del Ecuador S.A. Debido a la ubicación de la planta, se facilita la obtención del recurso humano necesario para el normal funcionamiento de la misma, es decir por estar en un sector cercano a la zona comercial de la ciudad, lugar donde se ubican gran parte de empresas industriales que requieren el servicio que se oferta. Por lo que esta ubicación es un punto interesante para la empresa ya que se encuentra en el centro del mercado objetivo.

El sector de Quitumbe es considerado una zona industrial ya que se concentra una gran parte de las empresas industriales, haciendo de este lugar una zona comercial que deja ver su desarrollo tanto social como económico.

La materia prima que se utilizará en la confección de las prendas de trabajo, será nacional y extranjera, por lo que también este proyecto aporta la generación de recursos de todo tipo y además la producción de materias primas, suministros para la industria de la confección.

Con respecto a la producción anual, se puede nombrar este rubro en unidades y en dólares, dando los siguientes resultados: 7933 prendas de trabajo anual, lo que representa un ingreso anual de \$ 212.265,57. Esto generará una utilidad de operación de \$ 60.592,41 con utilidades netas de \$ 39.273,59.

Y sin financiamiento los ingresos anuales \$ 212.265,57, esto generará una utilidad de operación de \$ 60.592, 41 con utilidades netas de \$ 40.172,76.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el desarrollo del presente proyecto, se puede determinar una serie de conclusiones y establecer ciertas recomendaciones para que pueda ser puesto en marcha y se obtenga los objetivos establecidos.

ESTUDIO DE MERCADO

- Mediante el estudio de mercado se pudo determinar la gran demanda de los productos que se está ofertando en el proyecto, razón por la cual se decidió continuar con el proyecto y como resultado se determinó que este proyecto es viable, al ingresar al mercado con productos de óptima calidad, buen servicio, exigencia en los tiempos de entrega, etc.
- Se estableció también que existe una demanda insatisfecha considerable para el proyecto, en vista de que todas las empresas por seguridad y presentación uniforman a su personal de trabajo y la decisión de compra la toman en función sobretodo del servicio, el mismo que se está ofertando.

ESTUDIO TÉCNICO

- El estudio técnico permitió determinar que la localización de la sucursal de la empresa Coppola estará ubicada en el sur de la ciudad de Quito, sector Quitumbe, en razón que el sector reúne todas las condiciones necesarias para el normal funcionamiento de la sucursal y además es donde se encuentra el mercado objetivo.
- El estudio permitió determinar la cantidad mínima de personal de planta y administrativo que labore en la sucursal de la empresa con el fin de contar con un personal apto y capacitado.

ESTUDIO FINANCIERO

- La tasa interna de retorno sin financiamiento es de 25,91% y con financiamiento es de 32,15% que calculada indica que comparado con la tasa mínima aceptable de rentabilidad (TMAR) sin financiamiento es de 21,00% y la TMAR con financiamiento es de 15,85% ya que comparado con la tasa del banco y demás entidades financieras se considera el proyecto viable.
- Con el cálculo del periodo de recuperación de la inversión (PRI) se determinó que con financiamiento la inversión se recupera en 10 meses y 3 días mientras, que al realizar sin financiamiento se recupera en 9 meses y 8 días aproximadamente por lo que se considera factible el proyecto.
- Para lograr cumplir con los niveles de producción establecidos, se debe considerar el punto de equilibrio que es 7933 prendas anuales.

RECOMENDACIONES

ESTUDIO DE MERCADO

- Es necesario e importante promocionar a la empresa a nivel local, a través de la página web y material publicitario, para de esta manera captar el mercado objetivo y por ende mejorar las ventas progresivamente.
- Considerando la necesidad de protección corporal así como también las normas legales que deben tener las empresas para con sus empleados en la ciudad de Quito, en las diferentes industrias, se ha tomado en cuenta la factibilidad para implantar una sucursal de la empresa Coppola dedicada a la confección de prendas de trabajo. Además basados en los conocimientos técnicos asimilados durante la carrera, se plantea la idea de ejecutar este proyecto, ya que fue realizado de manera sistemática y ordenada.

ESTUDIO TÉCNICO

- En cuanto al aspecto técnico es necesario tomar en cuenta los procesos de producción, especialmente aquellos productos que requieren demasiado tiempo para su fabricación, por lo que se debe evitar que se origine cuellos de botella en la producción, retrasando el resto de lotes de producción.
- En lo referente a inversiones, principalmente fijas es muy importante considerar la idea de adquirir maquinaria necesaria que cumpla con las especificaciones técnicas idóneas, al menos cuando se inicia un proyecto. Es interesante manejar las inversiones de tal manera que pueda ser realmente eficientes y eficaces. Se recomienda inicialmente no invertir en construcción, no comprar movilización para materia prima o producto terminado como un vehículo nuevo, y así ir manejando prioridades.

ESTUDIO FINANCIERO

- La base fundamental para la puesta en marcha de este proyecto son las ventas, por lo tanto una acertada gestión comercial, administrativa y financiera del administrador, permitirá optimizar su rendimiento.
- Se recomienda implementar y poner en marcha el proyecto, en razón que es rentable como se lo indican sus indicadores de evaluación.

LISTA DE REFERENCIAS

- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economia*.
- Asociación de industriales textiles del Ecuador. (2012). Industria Textil. 26.
Recuperado el 20 de Diciembre de 2012, de
[http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7
&Itemid=12](http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12)
- Baca Urbina, G. (2000). *Formulación y evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill interamericano.
- Baca, G. (2000). *Elaboración y evaluación de proyectos de investigación* (4ta ed.). México: McGraw Hill.
- Barreno, L. E. (2006). *Manual de formulaicon y evaluacion de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Bravo, M. (2005). *Contabilidad General* (6ta ed.). Quito, Ecuador: Nuevodia.
- Caldas, M. (1994). *Preparación y evaluación de proyectos*. (UTE, Ed.) Quito: Centro de Investigación de la Escuela de Comercio Exterior.
- Cerda, H. (2000). *Como elaborar proyectos* (4ta. ed.). Bogota, Colombia: Magisterio.
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciacion a la Organización y Técnica Comercial*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Diccionario académico. (2010). *Diccionario Académico*. Recuperado el 20 de diciembre de 2012, de <http://www.diccionarioacademico.com/sucursal.html>
- Knoontz, H. &. (1998). *Administracion ; una perspectiva global* (11va ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. &. (2008). *Fundamentos de marketing* (8va ed.). México: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de marketing* (Decima edición ed.). México: Pearson educación.
- Kotler, P., & Kelvin, L. K. (2006). *Dirección de Marketing* (Duodécima edición ed.). Mexico.
- Ley de Régimen Tributario, Codificación. (28 de Diciembre de 2011). Capítulo VI Contabilidad y Estados Financieros. *Ley de Régimen Tributario Interno Capítulo VI Art. 19 Obligados de llevar contabilidad*. Quito, Pichincha, Ecuador.

- Miranda, J. (1999). *Gestión de Proyectos* (3ra ed.). Bogotá: Nueva Colombia Industrial.
- Promonegocios.net. (212). *Promonegocios.net*. Recuperado el 19 de diciembre de 2012, de Estrategia de Precios:
<http://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>
- Reyes, A. (2000). *Administracion de Personal: Análisis de Puestos*. México.
- Sapag, N. (2003). *Preparacion y evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Stanton, W. I. (2003). *Fundamentos del Marketing* (11va. ed.). Colorado: McGraw Hill.
- Stoner, J. A., & R., G. D. (1996). *Administración* (Sexta edición ed.). México.
- Zapata, P. (2005). *Contabilidad General* (5ta ed.). Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Zeballos, F. (2010). *Predicciones e incertidumbre en Administración*. Recuperado el 19 de diciembre de 2012, de
www.econ.uba.ar/.../Zeballos.%20Rodriguez.%20Franco-...