

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERAS COMERCIALES

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS PARA CABALLERO UBICADA EN
EL SECTOR DE SAN BLAS DE LA CIUDAD DE QUITO**

AUTORAS:

**DIANA ELIZABETH VALLE OBACO
MARÍA BELÉN WANDEMBER KAROLYS**

DIRECTOR:

MANUEL ANIBAL BEDÓN MARTÍNEZ

Quito, mayo del 2014

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

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

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

Quito, mayo del 2013

(f).....

Diana Elizabeth Valle Obaco

CI.N°:

(f).....

María Belén Wandember Karolys.

CI.N°:

AGRADECIMIENTO

Un eterno agradecimiento a la institución que nos ha formado y que ha sido parte fundamental de nuestra vida, durante todo este tiempo de estudio e investigación, a todos los docentes de la misma, que llevan a cabo una noble y digna tarea que es la de formar a las personas, y a mis compañeros de carrera que se han convertido en buenos amigos.

DEDICATORIA

Esta tesis la dedicamos con mucho cariño a todos nuestros familiares, que han sido quienes nos han apoyado en forma incondicional en todo momento, en forma especial a aquellos que están más cerca de nosotros y que realmente han palpado los desvelos y malas noches con miras a alcanzar nuestros objetivos propuestos hace algunos años atrás, a Dios por permitirnos llegar a estas instancias, y a todos nuestros allegados en forma general, que han sabido valorar el esfuerzo puesto en la carrera, ya que la misma ha sido fruto de una gran ilusión de toda la vida.

RESUMEN

El siguiente trabajo es un análisis para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de camisas para caballeros pero con la diferencia de dar atención personalizada a nuestros clientes. Lo que se convierte en valor agregado para nuestro producto es decir que no solo ofertamos camisas sino que damos la seguridad y la confianza que si la camisa no le queda bien al cliente nosotros le hacemos los arreglos pertinentes para que sea de su total agrado.

El proyecto representa una buena inversión debido a que no se necesita maquinaria grande, el proceso de producción es sencillo y la mano de obra se capacita con facilidad. Por lo que es una oportunidad de negocio atractiva no sólo por motivos financieros sino también por la demanda que tiene el producto, ya que cada día son más los caballeros que necesitan de esta prenda para sus labores diarias y ocasiones especiales, dándoles un toque de distinción y elegancia cuando la prenda está bien entallada.

En la actualidad indudablemente en el Ecuador es un privilegio poder contar con lugares que ofrezcan a sus clientes la posibilidad de crear una prenda de vestir a su estilo propio y gusto personal. Una prenda de vestir masculina a la medida y con estilo es sin duda la mejor opción al momento de vestirse. Empezando por el tamaño perfecto, escoger el tipo de tela con insumos de excelente calidad, y con modelos de camisas a gusto de los clientes.

ABSTRACT

This Project is an analysis to see the opportunity to invest in a manufacturing company in order to offer shirts for men. However our Project is an excellent opportunity to invest because it doesn't need a large amount of investment, labor is not technically qualified and we don't need special machinery. It is consider as a source of work and quality.

The project is based on a market research that shows our demand, our competitors and our possible prices. We also studied the possibility to install our project in Quito, and all the benefits that it would have. The financial research is an analysis of the cost of our product, we consider the cost of machinery, labor and raw material to see our investment and think about our money sources.

On the other hand we offer a special value because we can change the shirt if our customer desires to; and we make it fit to our customers. Besides we think that our market are men from 19 to 64 years old; we can have a significant market quote. Our project is based on quality we would use the best raw material to produce.

Our project would be in San Blas, because it is a commercial place, it is in the center of the city and we would an easy access to the raw material.

As a conclusion we could say that our project is a good opportunity of growth; because it has a low investment, it is competitive and it offer affordable prices.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	7
ESTUDIO DE MERCADO	7
1.1. Objetivos	7
1.1.1. Objetivo general	7
1.1.2. Objetivos específicos	7
1.2. Definición del producto:	8
1.3. Características del producto	8
1.4. Otros elementos del producto (marca, empaque, etiqueta.)	9
1.5. Macro segmentación	10
1.6. Micro segmentación	10
1.7. Análisis de la demanda	12
1.7.1. Análisis de datos de fuentes primarias	12
1.8. Resultados de la encuesta.	17
1.9. Análisis de los resultados de las encuestas	22
1.10. Análisis de la demanda con fuentes secundarias	24
1.11. Proyección de la demanda	26
1.12. Análisis de la oferta	28
1.13. Proyección de la oferta	31
1.14. Proyección de la demanda potencial insatisfecha	34
1.15. Análisis de precios	35
1.15.1. Análisis general	36
1.16. Estudio de la comercialización del producto	37
CAPÍTULO II	39
ESTUDIO TÉCNICO	39
2.1. Objetivos	39
2.1.1. Objetivo general.	39
2.1.2. Objetivos específicos.	39
2.2. Localización óptima de la planta	39
2.2.1. Datos generales de la ciudad de Quito	40
2.3. Análisis de insumos	40
2.4. Proveedores actuales	41
2.5. Proceso de producción	41

2.5.1. Flujograma	44
2.6. Selección de la maquinaria	44
2.7. Distribución de la planta	49
2.7.1. Diagrama de la planta.....	49
2.8. Cálculo de mano de obra necesaria.....	50
2.9. Aspecto legal.....	51
2.10. Creación de la empresa	51
2.10.1. Las compañías mercantiles del ecuador.....	51
2.10.1.1. Contrato de compañía	51
2.10.2. Organismos controladores.....	51
2.10.2.1. Superintendencia de compañías	51
2.10.2.2. Cámaras de comercio	52
2.10.3. Tipos de compañías.....	52
2.10.3.1. Compañía de responsabilidad limitada	52
2.10.3.2. Compañía anónima.....	55
2.10.3.3. Compañía en comandita por acciones.....	62
2.10.3.4. Compañía de economía mixta.....	63
2.10.3.5. Compañía extranjera	64
2.10.3.6. Compañía holding o tenedora de acciones.....	65
2.10.4. Selección de tipo de empresa	66
2.11. Aspecto administrativo	67
2.11.1. Valores	67
2.11.2. Principios	68
2.12. Organigrama institucional.....	69
2.12.1. Funciones de cada cargo	69
2.13. Estudio ambiental.....	70
CAPÍTULO III.....	71
ESTUDIO FINANCIERO	71
3.1. Objetivos	71
3.1.1. Objetivo general.....	71
3.1.2. Objetivos específicos	71
3.2. Inversiones	71
3.2.1. Activos fijos	72
3.2.2. Capital de trabajo	74

3.3. Costos.....	76
3.3.1. Costos de producción	76
3.4. Gastos administrativos	79
3.5. Financiamiento.....	82
3.6. Gasto de ventas	84
3.7. Presupuestos de ingresos y egresos.....	85
3.7.1. Presupuesto de ingresos	85
3.7.2. Presupuesto de egresos.....	87
CAPÍTULO IV	88
EVALUACIÓN DEL PROYECTO	88
4.1. Objetivos	88
4.1.1. Objetivo general:.....	88
4.1.2. Objetivos específicos:	88
4.2. Balance de situación inicial.....	88
4.3. Balance de resultados.....	91
4.4. Flujo de efectivo.....	92
4.5. Valor actual neto	94
4.6. Tasa interna de retorno.....	96
4.7. Relación beneficio – costo	98
4.8. Período de recuperación.....	99
4.9. Punto de equilibrio	101
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	105
LISTA DE REFERENCIAS	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cantidad de materia prima	9
Tabla 2. Segmentación del mercado	11
Tabla 3. Plan piloto	13
Tabla 4. Proyección de la población de hombres de 19 años en adelante en el cantón Quito.....	22
Tabla 5. Demanda anual de camisa formal	23
Tabla 6. Demanda anual de camisa sport.....	23
Tabla 7. Estructura porcentual, según el tipo de industria	25
Tabla 8. Consumo de ropa para hombre	26
Tabla 9. Proyección de la población de hombres de 19 años en adelante en el cantón Quito.....	26
Tabla 10. Tasa de crecimiento: 1,443% (2011 est.).....	27
Tabla 11. Proyección de la demanda.....	27
Tabla 12. Importaciones de productos textiles, 2000-2009	28
Tabla 13. Localización de empresas textiles y de confección por provincia	30
Tabla 14. Oferta	31
Tabla 15. Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real (%).....	32
Tabla 16. Proyección de la Oferta.....	34
Tabla 17. Proyección de la demanda potencial insatisfecha	34
Tabla 18. Precios de la competencia	36
Tabla 19. Materiales utilizados para elaboración de camisa.....	40
Tabla 20. Proveedores actuales	41
Tabla 21. Proceso de producción	42
Tabla 22. Selección de maquinaria	45
Tabla 23. Salarios y personal	50
Tabla 24. Maquinaria y equipos.....	72
Tabla 25. Muebles y enseres	73
Tabla 26. Equipos de oficina.....	73
Tabla 27. Equipo de computación.....	73
Tabla 28. Inversión total de activos fijos.....	74
Tabla 29. Inversión total	74
Tabla 30. Total costos involucrados.....	75
Tabla 31. Materia prima.....	76

Tabla 32. Mano de Obra.....	77
Tabla 33. Costos indirectos de fabricación.....	78
Tabla 34. Total costo de producción.....	79
Tabla 35. Gastos generales.....	80
Tabla 36. Sueldos.....	80
Tabla 37. Servicio públicos.....	81
Tabla 38. Otros gastos administrativos.....	81
Tabla 39. Depreciaciones.....	82
Tabla 40. Total gastos administrativos.....	82
Tabla 41. Tabla de inversión total.....	83
Tabla 42. Tabla de Aporte.....	83
Tabla 43. Tabla de amortización del préstamo.....	84
Tabla 44. Gastos de ventas.....	84
Tabla 45. Producción de camisas.....	85
Tabla 46. Precios de comercialización.....	86
Tabla 47. Presupuesto de ingresos.....	86
Tabla 48. Presupuesto de egresos.....	87
Tabla 49. Balance general proyectado.....	89
Tabla 50. Estado de Resultado.....	91
Tabla 51. Estado de Flujo de Efectivo (inversionista).....	93
Tabla 52. Estado de Flujo de Efectivo (proyecto).....	94
Tabla 53. Tasa de oportunidad.....	95
Tabla 54. Cálculo TIR (inversionista).....	96
Tabla 55. Cálculo TIR (proyecto).....	97
Tabla 56. Cálculo período de recuperación (inversionista).....	100
Tabla 57. Cálculo período de recuperación (proyecto).....	100
Tabla 58. Costos fijos.....	101
Tabla 59. Costos variables.....	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Demanda	28
Figura 2. Balanza comercial del sector textil (en millones de dólares),	29
Figura 3. Participación por industria 2011	32
Figura 4. Tasa de crecimiento	33
Figura 5. Oferta	34
Figura 6. Demanda insatisfecha	35
Figura 7. Precio proyectado	37
Figura 8. Botonadora.....	46
Figura 9. Máquina cortadora.....	46
Figura 10. Fusionadora.....	46
Figura 11. Máquina recta.....	46
Figura 12. Plancha.....	47
Figura 13. Mesa de corte.....	47
Figura 14. Mesa para planchado.....	47
Figura 15. Overlock.....	47
Figura 16. Ojaladora.....	48
Figura 17. Tijeras.....	48
Figura 18. Organigrama Institucional.....	69
Figura 19. Punto de equilibrio.....	103

INTRODUCCIÓN

La evaluación de este proyecto analiza la factibilidad para instalar una microempresa dedicada a la producción y comercialización de camisas para hombre, ubicada en el barrio de San Blas en el distrito metropolitano de Quito, desde los puntos de vista de mercado, técnico y de rentabilidad económica.

La primera parte de este proyecto comprende el estudio de mercado del producto, donde se analiza desde la definición del producto, pasando por el análisis de la demanda y su proyección, análisis de la oferta y su proyección, análisis de precios, hasta finalizar con un estudio de la comercialización del producto. Al terminar esta primera parte se deberá tener una clara visión de las condiciones actuales del mercado de camisas para hombre, que permita decidir si es conveniente la instalación de la planta productora, al menos desde el punto de vista de su demanda potencial.

La segunda parte del proyecto comprende el análisis técnico de la planta, que implica la determinación de la localización, el diseño de las condiciones óptimas de trabajo, lo cual incluye, turnos de trabajo laborales, cantidad y tipo de cada una de las máquinas necesarias para el proceso, su capacidad, la distribución física de los equipos dentro de la planta, las áreas necesarias y aspectos organizativos y legales concernientes a su instalación.

La tercera parte consiste en el análisis económico de todas las condiciones de operación que previamente se determinaron en el estudio técnico. Esto incluye determinar la inversión inicial, los costos totales de operación, el capital de trabajo, plantear diferentes esquemas de financiamiento para aceptar uno de ellos, el cálculo del balance general inicial, del estado de resultados proyectado a cinco años, del punto de equilibrio y de la tasa de ganancia que los inversionistas desearían obtener por arriesgar su dinero instalando esta planta productiva.

Esta parte trata en resumen, de obtener todas las cifras necesarias para llevar a cabo la evaluación económica.

La cuarta parte de este proyecto, trata justamente sobre la evaluación económica de la inversión. Una vez que se han obtenido una serie de determinaciones sobre el mercado, la tecnología y todos los costos involucrados en la instalación y operación de la planta, viene ahora el punto donde se determina la rentabilidad económica de toda la inversión bajo criterios claramente definidos, tales como el Valor presente Neto y la Tasa Interna de Rendimiento. Esta parte también incluye un análisis de riesgo de la inversión.

Finalmente, se declaran las conclusiones generales de todo el proyecto con base en los datos y determinaciones hechas en cada una de sus partes.

ANTECEDENTES

El sector manufacturero es uno de los principales motores del crecimiento económico jugando así un papel importante en la transformación económica de los países. La industria favorece el paso de actividades simples, basadas en recursos naturales y de escaso valor agregado, a actividades más productivas que generan mayores ingresos y que están más ligadas al desarrollo tecnológico y a la innovación. Los sectores textil y de confección son importantes generadores de empleo (19.3% del empleo manufacturero) y de valor agregado (41.8% del total del PIB) en el Ecuador.

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero 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.

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. 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.

A partir del 1ro de junio del 2011, el actual gobierno fijó nuevos aranceles mixtos a la importación de calzado, ropa y textiles (la decisión se sustenta en el Decreto Ejecutivo 372, del 28 de mayo), la norma establece que se impondrá un arancel para la ropa y los textiles de USD 5,50 por kilo más un 10% de recarga; con lo que se

ejerce un importante progreso para la producción y confección de prendas de vestir a pesar de las distintas barreras arancelarias que se han impuesto a algunos insumos necesarios para la producción de dichas prendas, poniendo también un límite a la competencia china y abriendo camino a la producción nacional, con este avance se está logrando colocar a la industria ecuatoriana textilera y de confecciones en el ámbito exportador ofreciendo prendas de vestir de gran calidad; con lo que puede dar cuenta también como las empresas y microempresas ecuatorianas se están preocupando por modernizarse ya que han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada.

Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para su personal con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad con la intención de mejorar los índices de producción actuales e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

Las medidas tomadas por el gobierno permiten que la industria ecuatoriana pueda aumentar sus ventas y por ende generar más empleo, pero no hay que olvidar que lo más importante para que una empresa pueda tener éxito es que debe tener una ventaja competitiva en relación con sus similares y ofrecer productos de calidad a mercados nacionales e internacionales a precios razonables.

Una de las desventajas competitivas del Ecuador es la falta de capacitación de su mano de obra. Así urge romper el paradigma de la mano de obra barata como ventaja comparativa, para implementar una cultura empresarial que promueva la formación continua de sus empleados en busca de mejorar su productividad.

En la actualidad indudablemente en el Ecuador es un privilegio poder contar con lugares que ofrezcan a sus clientes la posibilidad de crear una prenda de vestir a su estilo propio y gusto personal. Una prenda de vestir masculina a la medida y con estilo es sin duda la mejor opción al momento de vestirse. Empezando por tener el tamaño perfecto, escoger el tipo de tela con insumos de excelente calidad, y con modelos de camisas a gusto de los clientes.

Es aquí entonces donde se crea una oportunidad importante para la creación de una microempresa dentro de este sector, analizando opciones viables para la creación de una microempresa destinada a la producción y comercialización de camisas para hombre, investigando los distintos factores que amenazan a la industria ecuatoriana.

Marco de desarrollo

El estudio de factibilidad que se presenta está inmerso en la necesidad de creación de empresas, que ayuden a generar más empleo, desarrollando empresas que agreguen valor a los productos que ofrecen. En este estudio se plantean varias restricciones tales como: la disponibilidad de capital y las restricciones ecológicas que ahora impone el gobierno. Por lo que se debe tomar en cuenta la verdadera situación socio-económica en la que está el país, basados en la inflación, las tasas de mercado, poder adquisitivo de los consumidores para de esta manera emitir la mejor evaluación del proyecto.

La creación del proyecto tiene como principal actividad la producción y comercialización de camisas para hombre, basándose en las exigencias y necesidades de los clientes, estableciendo diseños exclusivos, cumpliendo con las principales normas y controles de calidad. Para lo cual se iniciara el proyecto con una pequeña fábrica de producción, asesorada por diversas personas relacionadas con el área y casas de diseño, contando con la dirección de expertos, constituyendo así una nueva e importante fuente de empleo en el país.

Objetivos del estudio

Objetivo general

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de camisas para hombre en la ciudad de Quito, buscando atender las necesidades de un nicho determinado de mercado, constituido por hombres ejecutivos que les gusta el buen vestir.

Objetivos específicos

- Identificar la oferta y demanda potencial insatisfecha existente para la comercialización de camisas para hombre ubicado en la ciudad de Quito.
- Determinar en forma eficiente los diferentes requerimientos tanto materiales, personales o tecnológicos para la creación de una empresa del tipo propuesto.
- Demostrar la existencia de un mercado potencial insatisfecho para el producto.
- Demostrar la rentabilidad de la idea de negocio en el área económica financiera.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es el de determinar el análisis de la oferta y la demanda, con el fin de fijar la demanda insatisfecha mediante el precio a ser elegido para el producto.

Así mismo, permite obtener información sobre las características, preferencias de los clientes, tendencias de compra, características del producto, entre otras.

La investigación de mercado persigue diversos fines, entre ellos se puede destacar:

- Hallar una oportunidad de negocio
- Conocer la viabilidad de un nuevo negocio o producto
- Hallar soluciones para determinados problemas.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo general

- Identificar el comportamiento de la oferta y demanda, a fin determinar la demanda insatisfecha que tiene el producto en el mercado objetivo, con lo cual se proyectará la demanda futura que tendrá el proyecto.

1.1.2. Objetivos específicos

- Determinar los mercados más rentables para el proyecto, e ingresar a los mismos a través campañas publicitarias a fin de captar la mayor cantidad de consumidores.
- Identificar a los consumidores potenciales posibles, a los que la empresa se dirigirá.
- Establecer estrategias de acción a través de una cadena de valor distintiva para que los consumidores se identifiquen con el producto.

- Establecer estrategias de atención al cliente y mejoras continuas en el servicio.
- Identificar gustos y preferencias de los consumidores potenciales y de los nichos de mercado en los cuales se encuentran.

1.2. Definición del producto:

Este proyecto pretende demostrar la viabilidad de la idea de negocio para la fabricación de camisas para hombre en la ciudad de Quito, determinando la necesidad de vestir bien que se ha generado en un segmento económico social determinado, ya que el caballero de hoy tiende a lucir impecable frente a la sociedad y que por sus mismas labores sobretodo en sus puestos de trabajo tanto públicos como privados, ha hecho que cada vez se haya incrementado estos tipos de negocios ofreciendo este producto (camisas) con nuevos diseños y variedades; por tanto, ante esta situación es importante que esta prenda de vestir tenga una presentación de calidad para el cliente, por lo que es importante crear un plan de negocio que permita liderar en la producción y comercialización de camisas para caballero a nivel local y nacional, acorde a las tendencias actuales que exige la actual moda.

1.3. Características del producto

Las características de las camisas estarán dadas por:

- Camisas en diferentes diseños,
- Manga larga, (Formal)
- Manga corta, (Sport o Informal).

Las características de la materia prima:

- Telas de algodón, poliéster, seda y de fibras sintéticas
- Botones de material acrílico de madera o de metal de dos o cuatro hoyos
- Hilos de acrílico, nylon, poliéster, derivados del petróleo o naturales
- Etiquetas

Los insumos para la elaboración de este tipo de prenda deben llenar requisitos tales como:

- Textura agradable
- Colores permanentes
- Durabilidad
- Resistencia
- Diseño

La cantidad necesaria de materias primas para una camisa es la siguiente:

Tabla 1. Cantidad de materia prima

Metros de tela	2.5 mts.
Hilo	5 mts
Etiqueta	1

Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

El producto (camisas) estará destinado para caballeros de la ciudad de Quito, que trabajan en empresas públicas y privadas y otros negocios, así como también para cualquier otra persona que prefiere lucir impecable. Además este producto es considerado como un excelente obsequio para quien lo desee regalar en acontecimientos especiales como cumpleaños, graduaciones, y otros.

1.4. Otros elementos del producto (marca, empaque, etiqueta.)

MARCA: La marca del producto es “*CREACIONES VALLE Camisería*”.

EMPAQUE: Las camisas serán entregadas al consumidor en un empaque plástico, con su respectivo logotipo y marca.

ETIQUETA: En la etiqueta contarán especificaciones para el cuidado del producto, tales como: confeccionado en el Ecuador. Lavar a mano. Usar detergente. No usar CLORO. Usar plancha tibia.

Lavar a mano
No usar CLORO
Usar plancha tibia
CONFECCIONADO
EN EL ECUADOR

1.5. Macro segmentación

Definición del mercado de referencia: el mercado de referencia se define indicando tres dimensiones o macrosegmentos:

- ¿Cuáles son las funciones (solución de necesidades) a satisfacer?
- ¿Quiénes son los diferentes grupos de compradores interesados potencialmente en el producto?
- ¿Cuáles son las tecnologías existentes que pueden producir estas funciones?

1.6. Micro segmentación

Consiste en descubrir segmentos de interés en el interior de cada uno de los productos-mercado seleccionados, y establecer una estrategia de marketing específica para cada segmento, además de descubrir segmentos de comportamiento homogéneo en el interior de cada uno de los productos-mercado seleccionados.

Los criterios de microsegmentación más frecuentemente utilizados son:

- Segmentación por ventajas: En base a las ventajas buscadas en el producto por los consumidores potenciales.
- Segmentación demográfica: En base a las características socio-demográficas de los consumidores.
- Segmentación psicográfica: En base a los estilos de vida descritos en términos de actividades, intereses y opiniones.

- Segmentación por Comportamiento: En base a las características del comportamiento de compra.

Después de realizar la investigación de mercados se podrá segmentar el mercado meta de acuerdo a características propias del mismo.

Las variables de segmentación en las que se basará el proyecto serán:

Tabla 2. Segmentación del mercado

VARIABLES GEOGRÁFICAS	
REGIÓN	—————→ ECUADOR, PICHINCHA, QUITO
URBANA-RURAL	—————→ URBANA
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
INGRESOS	—————→ Hombres que perciban un sueldo de \$ 400 mensuales, como mínimo.
NIVEL SOCIO ECONÓMICO	—————→ HOMBRES POSEEDORES DE UN STATUS MEDIO, MEDIO-ALTO
EDAD	—————→ 19-64 AÑOS
VARIABLES CONDUCTUALES	
BENEFICIOS	—————→ PRENDAS DE VESTIR DE EXCELENTE CALIDAD, A PRECIOS ACSEQUIBLES
OCASIÓN DE COMPRA	—————→ QUINCENAL

Fuente: Mercado local
Elaborado por: Diana Valle, Ma. BelénWandember

1.7. Análisis de la demanda

Para cuantificar la demanda se utilizaron algunas fuentes como estadísticas emitidas por el gobierno, la Cámara de Comercio, Banco Central, pero no arrojan datos sobre preferencias por lo que es necesario aplicar encuestas esta investigación.

1.7.1. Análisis de datos de fuentes primarias

Para la determinación de la muestra se trabajará con un nivel de confianza del 95%, con un error del 5% en los resultados de las encuestas. Se utilizará la desviación estándar de la Curva de Distribución Normal, que es de 1.96 de muestreo no probabilístico.

Según Chávez de Paz determinó que:

La prueba piloto debe ser de un tamaño menor al de la muestra para el estudio definitivo; y, el cálculo de su tamaño, así como la selección de las Unidades de análisis componentes de dicha muestra, dependen de la disponibilidad de recursos.(Chávez de Paz, PG 315)

En el caso del presente proyecto la prueba piloto estará dirigida a 20 personas con una sola pregunta filtro, a ser aplicada en el sector donde se va a desarrollar el proyecto.

¿ESTÁ USTED DE ACUERDO QUE EN EL SECTOR DE SAN BLAS SE CREE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS PARA CABALLEROS?

De la pregunta realizada se obtuvo lo siguiente:

Tabla 3. Plan piloto

PLAN PILOTO		PORCENTAJE
SÍ	16	80%
NO	4	20%
TOTAL	20	100 %

Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

De lo anterior se tiene que un 80% de encuestados respondieron estar de acuerdo y apenas el 20% indicaron no estar de acuerdo.

Los datos para la presente investigación se han dado mediante la constatación de que a una camisería ingresan 3 personas promedio en el transcurso de una hora, con 6 días a la semana en las cuales se laboran 10 horas diarias y presenta un resultado de 8640 caballeros al año:

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

e = Error (intervalo de confianza sobre la muestra 0.05 o el 5%)

p = % aciertos

q = % fracasos

Nivel de confianza = 95%

Z = desviación estándar en la distribución de 1.96.

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,80)(0,20)(8640)]}{[(0,05)^2 (8640-1)] + [(1,96)^2 (0,80)(0,20)]}$$

$$n = \frac{[5311,18]}{[21,5975] + [0,615]}$$

$$n = \frac{5311,18}{22,2122}$$

$$n = \mathbf{239,1107}$$

De donde se concluye que se realizarán 239 encuestas.

ENCUESTA APLICADA PARA DETERMINAR EL CONSUMO DE CAMISAS PARA HOMBRES

Como egresadas de la universidad politécnica salesiana, de la carrera de administración de empresas, se está realizando una investigación para el desarrollo del proyecto de tesis, por lo cual agradeceríamos a ustedes se sirvan contestar las diferentes preguntas contempladas en la encuesta.

SEÑALE CON UNA X EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA.

¿Desempeña alguna función laboral?

Sí No

1. ¿Le gustaría comprar camisas hechas a su medida?
Sí No

2. ¿Con qué frecuencia adquiere camisas formales?
a) Mensual
b) Trimestral
c) Anual

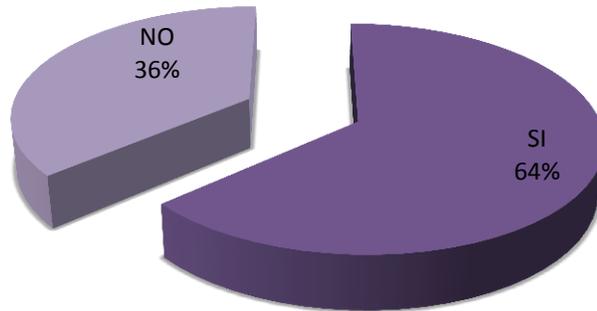
3. ¿Cuánto paga por esa camisa?
15 - 20
20 - 25
25 - 30
30 o más

4. ¿Con qué frecuencia adquiere camisas sport?
d) Mensual
e) Trimestral
f) Anual

5. ¿Cuánto paga por esa camisa?
- 15 - 20
- 20 - 25
- 25 - 30
- 30 o más
6. ¿Qué características asocia con una camisa de buena calidad para poder adquirirla?
- a) Tipo de Tela
- b) Precio
- c) Modelo
7. ¿Le gustaría comprar camisas eligiendo la tela, el modelo y que pueda hacer arreglos para que le quede mejor?
- Sí No
8. ¿Qué precio pagaría por esa camisa?
- 15 - 20
- 20 - 25
- 25 - 30
- 30 o más
9. ¿En dónde prefiere comprar sus camisas?
- a) Supermercado
- b) Centros Comerciales
- c) Camisería
10. Le agrada el nombre de Creaciones Valle “Camisería”
- Sí No

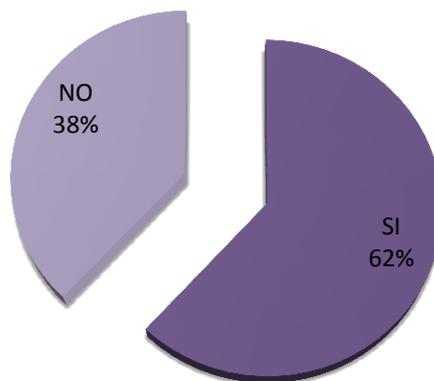
1.8. Resultados de la encuesta.

¿Desempeña alguna función laboral?



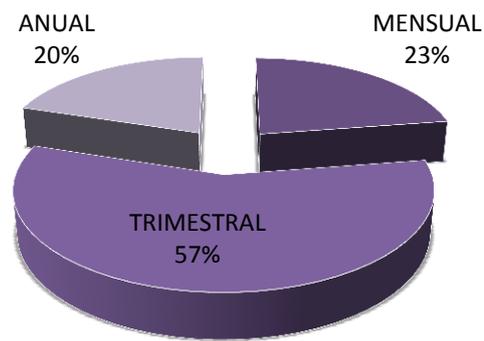
Análisis: De los 239 caballeros encuestados el 36% no trabaja es decir 86 de ellos, mientras que el 64% si lo hace.

¿Le gustaría comprar camisas hechas a su medida?



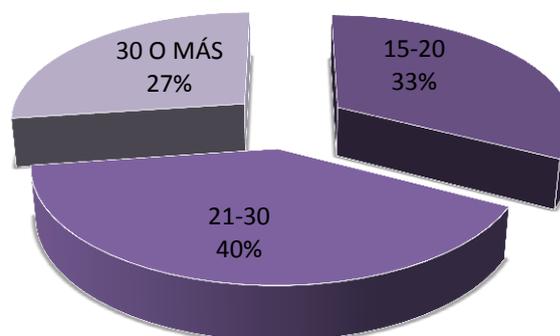
Análisis: 148 encuestados respondieron que les gustaría adquirir camisas hecha a su medida y suponemos que por razones de tiempo o accesibilidad a este tipo de productos no lo han hecho. Lo que nos muestra que nuestro producto si tendría aceptación en el mercado y la demanda sería favorable.

¿Con qué frecuencia adquiere camisas formales?



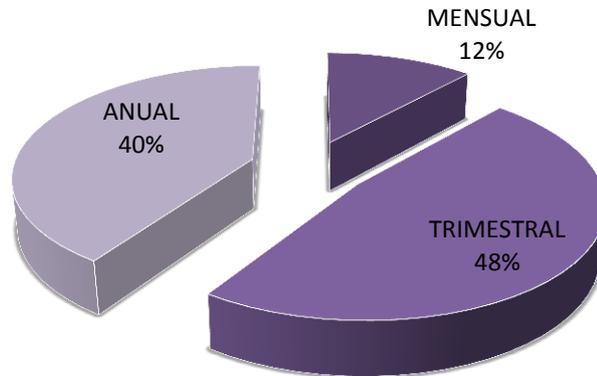
Análisis: al analizar la frecuencia podemos ver que alrededor del 57% de los encuestados compra camisas trimestralmente lo que evidencia que la necesidad de este producto no se presenta a menudo y que al menos el 23% de los encuestados lo adquiere mensualmente ya sea por razones de trabajo o simple moda.

¿Cuánto paga por esa camisa?



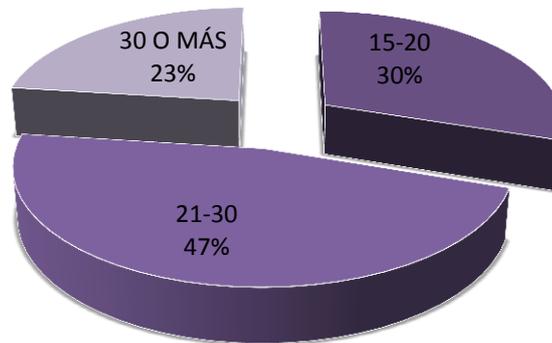
Análisis: el rango de precios puede variar según el tipo de camisa pero en promedio general el 40% de la muestra paga de 21 a 30 dólares por camisa, y que apenas el 27% puede pagar 30 dólares o más por una camisa. Podemos concluir que el precio que queremos ofrecer es competitivo y alcanza para cualquier presupuesto.

¿Con qué frecuencia adquiere camisas sport?



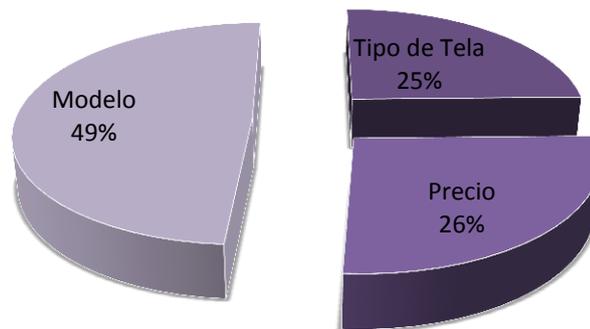
Análisis: en cuanto a camisas de tipo sport la frecuencia de compra disminuye una de las razones puede ser que los caballeros están obligados a llevar camisas de manga larga para el trabajo o eventos especiales; pero si adquieren este tipo camisas en menor proporción.

¿Cuánto paga por esa camisa?



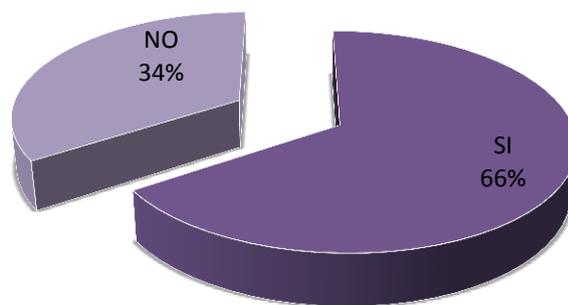
Análisis: al analizar los precios por los que los caballeros pagan por una camisa sport no sobrepasa los 30 dólares en su mayoría lo que puede evidenciar poco interés es este tipo de camisas.

¿Qué características asocia con una camisa de buena calidad para poder adquirirla?



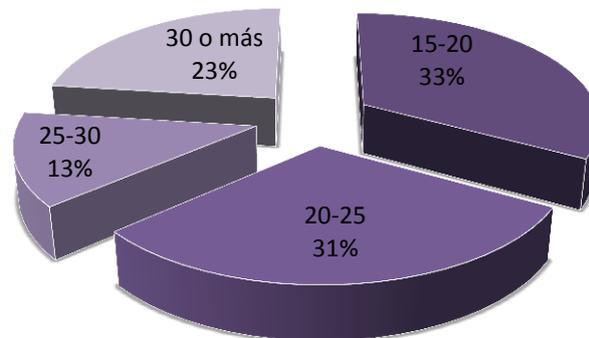
Análisis: para definir el interés que un caballero puede tener en una camisa para adquirirla podemos ver las características más importantes para ello y que el modelo es el factor predominante para su compra.

¿Le gustaría comprar camisas eligiendo la tela, el modelo y que pueda hacer arreglos para que le quede mejor?



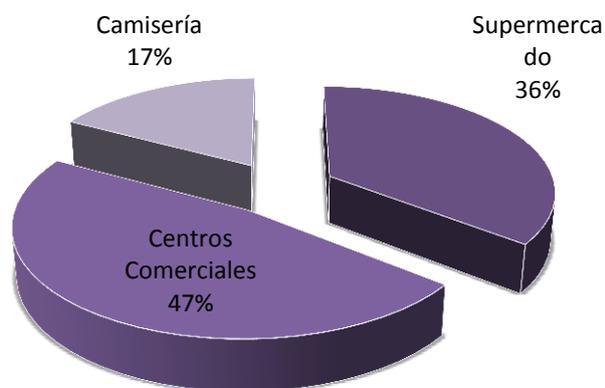
Análisis: un 66% de los encuestados estaría dispuesto a comprar camisas eligiendo la tela y el modelo lo que es un factor importante para nuestro proyecto porque podemos ver que sí tendría acogida en el mercado meta.

¿Qué precio pagaría por esa camisa?



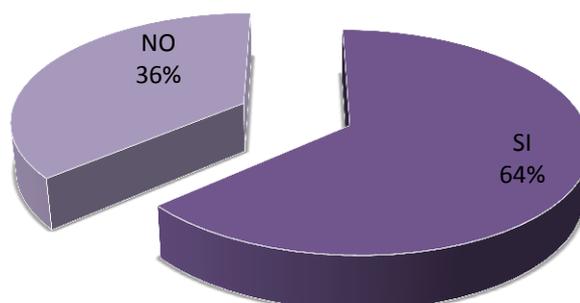
Análisis: el precio que los encuestados pagarían por nuestro producto es de \$20 a \$25 dólares, tal vez por el miedo de no conocer el producto.

¿En dónde prefiere comprar sus Camisas?



Análisis: el 47% de los encuestados prefiere comprar sus camisas en centros comerciales, puede ser debido a la variedad que pueden encontrar en ellos. A penas un 17% de ellos respondió que compra sus camisas en una camisería lo que puede representar un factor negativo para nuestro proyecto pero podríamos tomar ventaja al ofrecer nuestro producto a través de locales comerciales.

Le agrada el nombre de Creaciones Valle “Camisería”



Análisis: a una 64% de los encuestados le agrada el nombre de la marca de nuestro producto lo que nos puede dar una ventaja para que nuestros posibles clientes recuerden la marca.

1.9. Análisis de los resultados de las encuestas

Las preguntas están encaminadas a cuantificar el consumo de camisas. En la pregunta se tiene que un 64% de los encuestados les gustaría comprar camisas hechas a su medida lo que indica que el producto tendría una buena acogida en el mercado. Se puede decir que con el último censo de población realizado en el país se tiene que la población de hombres es de:

Tabla 4. Proyección de la población de hombres de 19 años en adelante en el cantón Quito

TOTAL POBLACIÓN HOMBRES	1'088.811
HOMBRES DE 19-64 AÑOS	631.795

Fuente: <http://www.inec.gov.ec/>

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

NOTA: no se toma en cuenta la Población económicamente Activa debido a que en el Censo esta cifra está comprendida entre las edades de 5 y 65 años, lo que afecta al estudio debido a que se quiere enfocar en Hombres entre 19 y 64 años de edad según la segmentación de mercado.

En primer lugar se debe notar que el 64% de la muestra trabaja, por lo que este segmento es el que se debe tomar en cuenta para el análisis; pero no se debe dejar de lado al 36% restante debido a que representa una demanda marginal del estudio, y que podrían comprar el producto aunque sea una vez al año por alguna ocasión importante. Por otra parte se debe tomar en cuenta el porcentaje de población de clase media, media alta en el país que es del 83%, para el análisis del estudio, debido a que este segmento de la población es la que está en capacidad de comprar el producto.

De donde se puede interpretar con el resultado de la encuestas que 325.122 $((631.795*0.64)*0.62)$ Hombres entre 19 y 64 años serían los posibles compradores del producto tomando en cuenta los datos antes mencionados.

En cuanto a la frecuencia con la que compran se puede ver que el número total de camisas que demanda por año es de:

Tabla 5. Demanda anual de camisa formal

	Respuesta	Población	Frecuencia	Número de camisas
MENSUAL	23%	325.122	12	897.336
TRIMESTRAL	57%	325.122	4	741.277
ANUAL	20%	325.122	1	65.024

Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

Tabla 6. Demanda anual de camisa sport

	Respuesta	Población	Frecuencia	Número de camisas sport
MENSUAL	12%	325.122	12	468.175
TRIMESTRAL	48%	325.122	4	624.234
ANUAL	40%	325.122	1	130.049

Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

1.10. Análisis de la demanda con fuentes secundarias

Para el análisis de la demanda con fuentes secundarias se basará en estadísticas proporcionadas por el Banco Central del Ecuador:

La demanda histórica de la confección de camisas en el Ecuador, ha crecido año a año debido a que el nivel de cultura se ha incrementado por el consumo de este producto y ante la creciente necesidad por la ropa confeccionada de alta calidad y presencia en el mercado ecuatoriano, podemos observar a continuación como se ha venido incrementando la demanda en lo que corresponde a la industria textil y de confecciones, a continuación en la Tabla del PIB se puede observar el crecimiento porcentual que ha tenido el Sector manufacturero en el país.

Tabla 7. Estructura porcentual, según el tipo de industria

Período / industrias	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (sd)	2006 (sd)	2007 (p)	2008 (p*)	2009 (p*)	2010 (p*)
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	9,0	9,0	8,9	9,2	9,3	8,7	8,7	8,5	8,7	8,6	8,6	8,3
Pesca	1,9	1,3	1,4	1,3	1,4	1,3	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8
Explotación de minas y canteras	14,1	13,1	13,0	12,0	12,7	16,0	15,4	15,2	13,7	12,7	12,3	11,9
Industrias manufacturas (excluye refinación de petróleo)	14,9	13,3	13,3	13,2	13,4	12,7	13,1	13,4	13,8	13,9	13,6	14,1
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	2,4	4,6	3,3	2,8	2,2	2,4	2,1	2,0	1,9	1,9	2,0	1,5
Suministro de electricidad y agua	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8	0,8	0,9	1,0	0,9	0,9

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

No es posible ofrecer el cálculo exacto del consumo aparente puesto que, a pesar de disponer de datos exactos sobre exportación e importación, las autoridades ecuatorianas y las Asociaciones de Fabricantes afirman no disponer de cifras de producción por código arancelario. Más aún, ni siquiera ofrecen cifras del valor de la producción nacional por prendas. Los únicos datos sobre producción disponibles son los índices de producción.

Tabla 8. Consumo de ropa para hombre

	Total	Cuota	Región Sierra	Cuota	Región Costa	Cuota
Ropa confeccionada hombre	16,51	3,06%	16,78	3,11%	16,05	2,97%

Fuente: ALADI
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

Siendo en la región de la sierra, en proporción la que más parte de su renta dedica a la compra de productos textiles.

1.11. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se basará en las encuestas realizadas tomando en cuenta la población total de Hombres entre 19 y 64 años que son nuestro mercado objetivo. Además es importante recalcar que solo se dirigirá al 83% de la población que corresponde a la clase media en nuestra población según el último censo realizado en el año 2010.

Tabla 9. Proyección de la población de hombres de 19 años en adelante en el cantón Quito

TOTAL POBLACIÓN HOMBRES	1'088.811
HOMBRES DE 19-64 AÑOS	631.795

Fuente: <http://www.inec.gov.ec/>
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

NOTA: no se toma en cuenta la Población económicamente Activa debido a que en el Censo esta cifra está comprendida entre las edades de 5 y 65 años, lo que afecta al estudio debido a que se desea enfocar en Hombres entre 19 y 64 años de edad según la segmentación de mercado.

Por otra parte se debe en la tasa de crecimiento para poder proyectar la demanda futura del producto.

Tabla 10. Tasa de crecimiento: 1,443% (2011 est.)

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POSICIÓN	CAMBIO PORCENTUAL	FECHA DE LA INFORMACIÓN
2008	0,94	133		2008 est.
2009	1,5	88	59,57 %	2009 est.
2010	1,47	83	-2,00 %	2010 est.
2011	1,44	83	-2,04 %	2011 est.

Fuente: Encuestas realizadas, CIA WorldFactbook
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

Definición: Promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país.

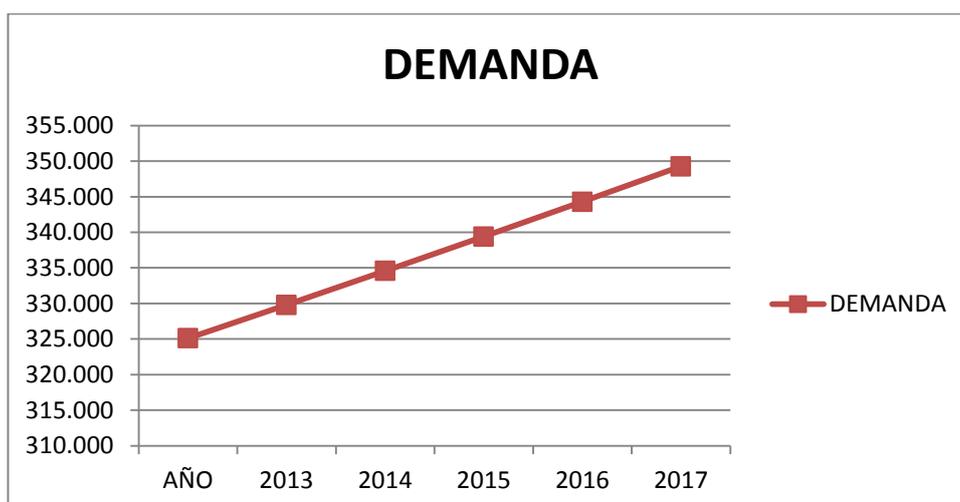
Fuente: CIA WorldFactbook - A menos que sea indicado, toda la información en esta página es correcta hasta el 11 de marzo de 2011.

Tabla 11. Proyección de la demanda

TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA
1,44%	325.122
1,44%	329.814
1,44%	334.573
1,44%	339.401
1,44%	344.298
1,44%	349.266

Fuente: Encuestas realizadas, CIA WorldFactbook
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

Figura 1. Demanda



Fuente: Encuestas realizadas, CIA WorldFactbook
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

1.12. Análisis de la oferta

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público.

Tabla 12. Importaciones de productos textiles, 2000-2009

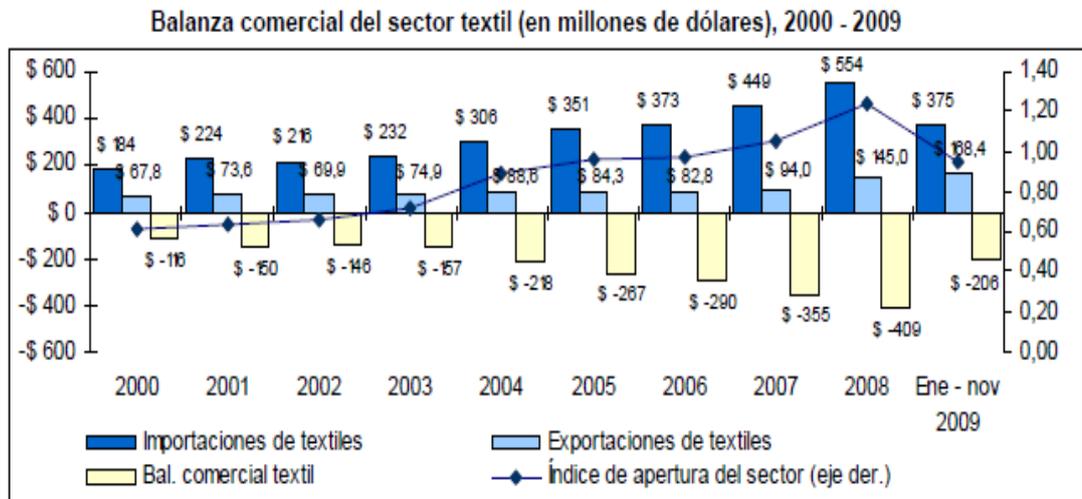
Importaciones de productos textiles, 2000 - 2009*									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Valor (millones de dólares CIF)									
Hilados y tejidos	167,9	147,0	139,7	177,4	213,9	214,8	250,4	317,0	280,8
Algodón	22,6	14,3	19,9	16,7	15,5	15,8	19,0	26,1	22,9
Confecciones	42,9	58,3	74,2	113,4	117,8	142,1	174,0	207,3	59,0
Otras manufacturas	6,0	10,0	9,9	15,6	17,9	21,7	30,5	35,0	29,2
Total	239,3	229,6	243,7	322,7	365,0	394,5	474,0	585,4	392,0
Volumen (TM)									
Hilados y tejidos	64.168	61.191	53.941	63.123	69.844,2	71.010,1	77.109,5	89.496,0	81.030,7
Algodón	16.313	13.527	14.628	11.256	12.346,9	11.722,9	13.887,9	15.435,1	15.873,5
Confecciones	3.195,0	6.437,0	1.141,0	14.896	14.492,5	19.243,9	21.597,5	23.084,7	2.485,7
Otras manufacturas	1.462,0	2.721,0	2.833,0	4.624	4.966,4	6.345,1	8.934,6	9.273,8	5.482,3
Total	85.139	83.876	82.812	93.898	101.650,0	108.321,9	121.529,5	137.289,7	104.872,2
Precio promedio (\$/Kg)									
Hilados y tejidos	2,6	2,4	2,6	2,8	3,1	3,0	3,2	3,5	3,5
Algodón	1,4	1,1	1,4	1,5	1,3	1,4	1,4	1,7	1,4
Confecciones	13,4	9,1	6,5	7,6	8,1	7,4	8,1	9,0	23,7
Otras manufacturas	4,1	3,7	3,5	3,4	3,6	3,4	3,4	3,8	5,3
Total	2,8	2,7	2,9	3,4	3,6	3,6	3,9	4,3	3,7

* Enero - noviembre 2009

Fuente: BCE

Elaboración: Multiplica

Figura 2. Balanza comercial del sector textil (en millones de dólares), 2000-2009



Fuente: BCE
Elaboración: Multiplica

En Ecuador las empresas más grandes dedicadas a la confección de ropa se detallan a continuación:

- Confecciones Fibran s.a.
- Ecuacotton s.a.
- Hilacril s.a.
- Pasamanería s.a.
- Textil Ecuador
- Industria palera Ponte Silva
- Industria textil Famitex y famosa (vía al Tingo, San Rafael)
- Industria textil "na-ez"
- ROPA DE TRABAJO: Camisas, Chompas, ROPA SPORT: Calentadores deportivos, Pantalones deportivos, Buzos, Sudaderas, Rompe vientos, Conjuntos deportivos
- INDUMENTARIA HOSPITALARIA Y HOTELERA: Mandil; Medico, Paciente y Enfermera, Conjuntos para Medico, Casacas, Sabanas, Fundas, Mantas.

También existen empresas en las cuales se confecciona y comercializa prendas de vestir para caballero como son las siguientes:

- Camisas Jerome
- Camisería Inglesa
- Industrias Pical

Las empresas textiles y de confecciones se encuentran localizadas en las provincias de Pichincha (50%) Tungurahua (20%), Azuay (17%), y Guayas (20%).

Tabla 13. Localización de empresas textiles y de confección por provincia

PROVINCIA	Nº DE EMPRESAS	% PARTICIPACION
PICHINCHA	128	55.7%
GUAYAS	71	30.9%
AZUAY	14	6.1%
TUNGURAHUA	7	3.0%
IMBABURA	5	2.2%
COTOPAXI	2	0.9%
CHIMBORAZO	1	0.4%
EL ORO	1	0.4%
MANABI	1	0.4%
TOTAL	230	100%

Fuente: ALADI
Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

En la ciudad de Quito las prendas de confección se comercializan a través de centros comerciales como son:

- Quicentro
- El Jardín
- El Condado
- El Bosque
- Recreo
- Quicentro Sur

Las cadenas de tiendas que operan en los centros comerciales son:

- Megamaxi
- De Pratti
- Casa Tosi
- Eta Fashion
- Superéxito

1.13. Proyección de la oferta

Para el análisis de la Oferta se tomó en cuenta a 5 empresas que fabrican camisas para hombres y que mediante la investigación de mercados se ha podido recolectar los siguientes datos:

Tabla 14. Oferta

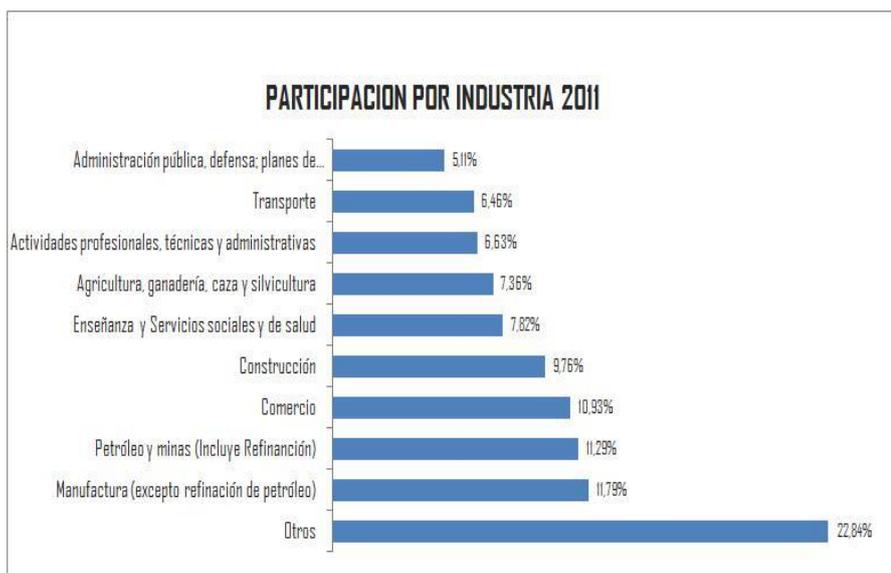
EMPRESA	Nº DE LOCALES	CAMISAS VENDIDAS/MES	TOTAL
CREACIONES GUTIÉRREZ	2	240	5760
CAMISERÍA INGLESA	5	680	40800
LE CHATEU	6	188	13536
JEROME	3	160	5760
DORMEL	6	210	15120
		TOTAL OFERTA	80976

Fuente: Mercado Local

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Para la proyección de la oferta es necesario tomar en cuenta la tasa de crecimiento del Sector textil, debido a que no se tiene datos históricos de la oferta para calcular dicha tasa.

Figura 3. Participación por industria 2011



Fuente: Banco Central del Ecuador

“La industria manufacturera cuya participación en el PIB fue 11.79% en el 2011, luego de experimentar un crecimiento del 9.17% en el 2008 se ha mantenido por debajo del 5% incluso alcanzando un crecimiento casi nulo de 0.33% en el 2009 año en que se desarrollaba la crisis económica mundial”.(Análisis de las diferentes industrias de la economía ecuatoriana, 2012)

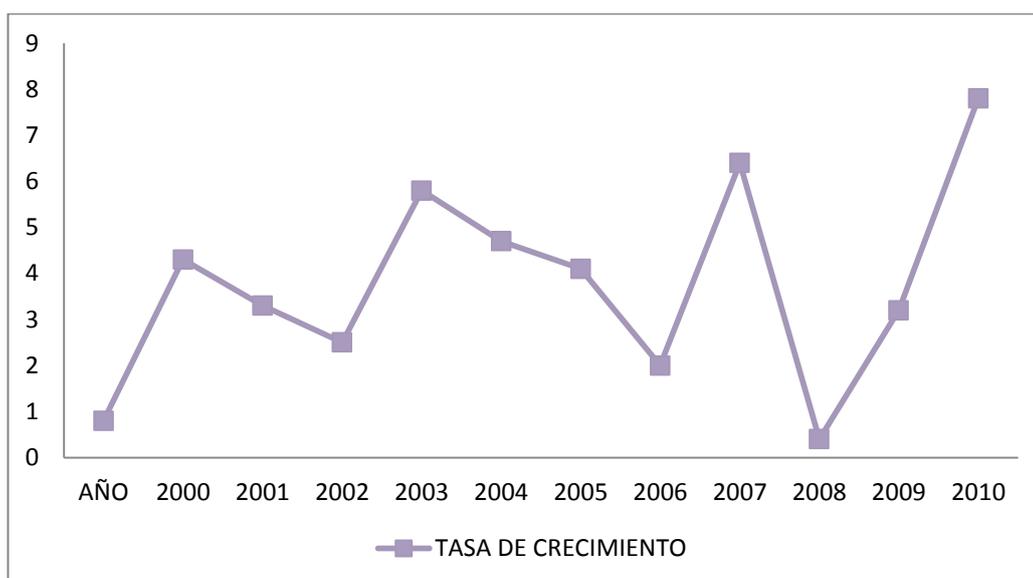
Tabla 15. Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real (%)

Countr y	199 9	200 0	200 1	200 2	200 3	200 4	200 5	200 6	200 7	200 8	200 9	201 0	201 1
Ecuador	-8	0,8	4,3	3,3	2,5	5,8	4,7	4,1	2	6,5	0,4	3,2	7,8

Definición de Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real: Esta variable da el crecimiento anual del PIB ajustado por la inflación y expresado como un porcentaje.

Fuente: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=66&l=es>

Figura 4. Tasa de crecimiento



Fuente: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=66&l=es>

Para el cálculo de la tasa de crecimiento de la oferta se utilizó datos de crecimiento del PIB debido a que no disponemos de datos históricos de producción; para lo cual se utilizó la siguiente fórmula con el fin de determinar la tasa de crecimiento del PIB.

$$\% = \frac{\text{Valorfinal} - \text{Valorinicial}}{\text{Valorinicial}}$$

De donde se tiene:

$$\begin{aligned}\% &= \frac{7,8 - 0,8}{0,8} \\ \% &= 8,75\end{aligned}$$

Por lo que la tasa de crecimiento del Sector Textil, tomando en cuenta la participación que tiene en el PIB (1,9%) sería de 0,16625 o 0,17%

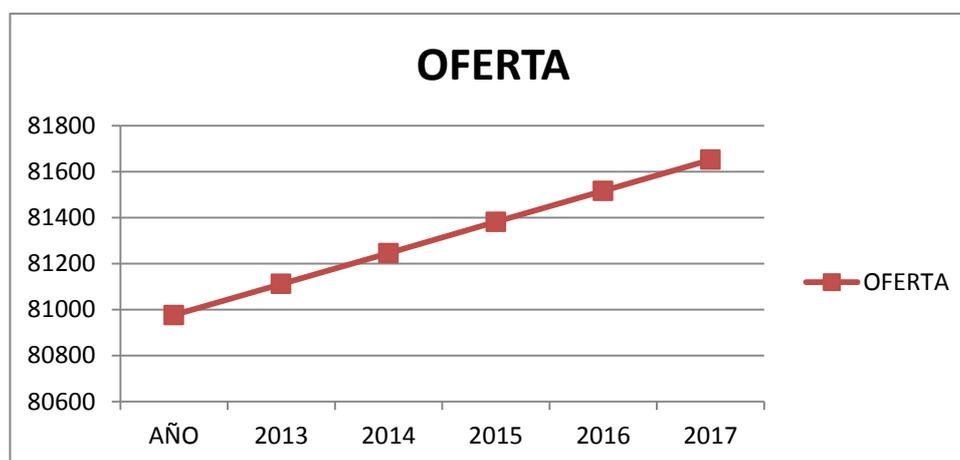
Tabla 16. Proyección de la Oferta

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA
2013	0,17%	80976
2014	0,17%	81110,6226
2015	0,17%	81245,469
2016	0,17%	81380,5396
2017	0,17%	81515,8347
2018	0,17%	81651,3548

Fuente: <http://www.indexmundi.com/>

Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

Figura 5. Oferta



Fuente: <http://www.indexmundi.com/>

Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

1.14. Proyección de la demanda potencial insatisfecha

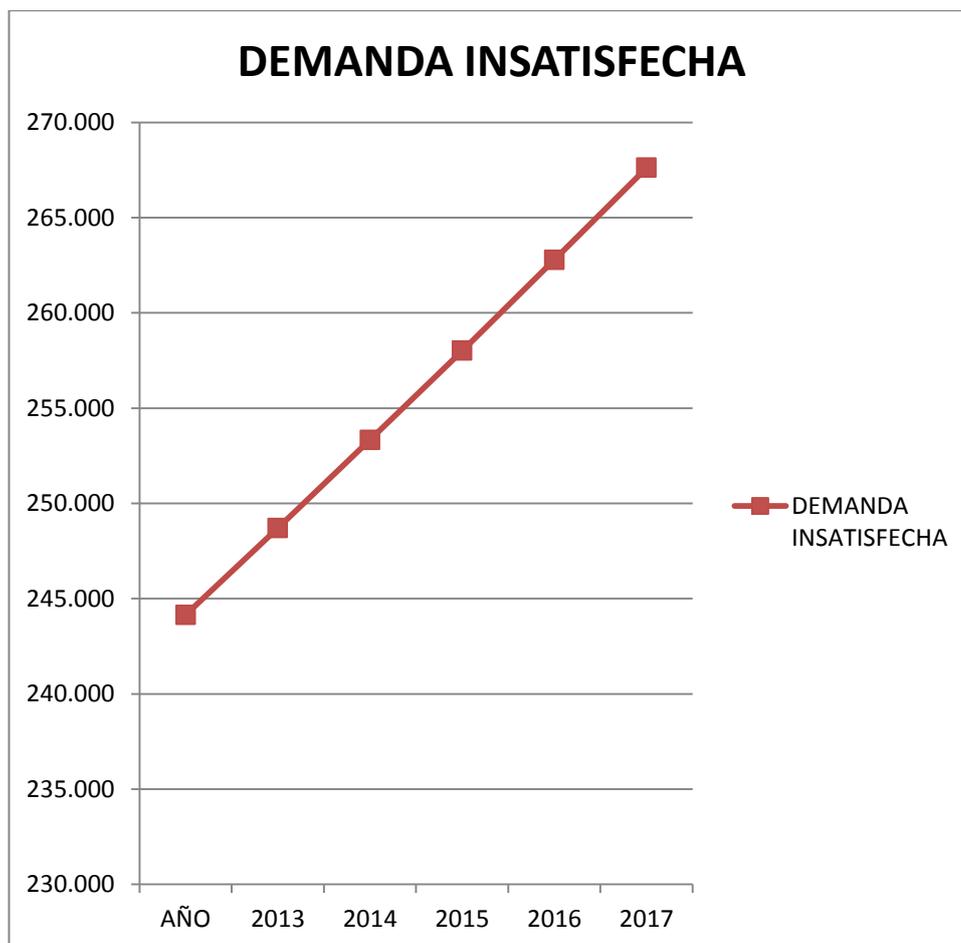
Tabla 17. Proyección de la demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	325.122	80976	244.146
2014	329.814	81111	248.703
2015	334.573	81245	253.328
2016	339.401	81381	258.020
2017	344.298	81516	262.782
2018	349.266	81651	267.615

Fuente: Encuestas realizadas <http://www.indexmundi.com/>

Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

Figura 6. Demanda insatisfecha



Fuente: Encuestas realizadas, <http://www.indexmundi.com/>
Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

1.15. Análisis de precios

La determinación de los precios del mercado del producto es un factor muy importante que servirá de base para los ingresos del proyecto en el futuro. Además puede servir como base para la comparación entre el precio en el mercado y el precio que nuestro producto puede tener en el mercado.

1.15.1. Análisis general

El siguiente cuadro muestra los precios de la competencia:

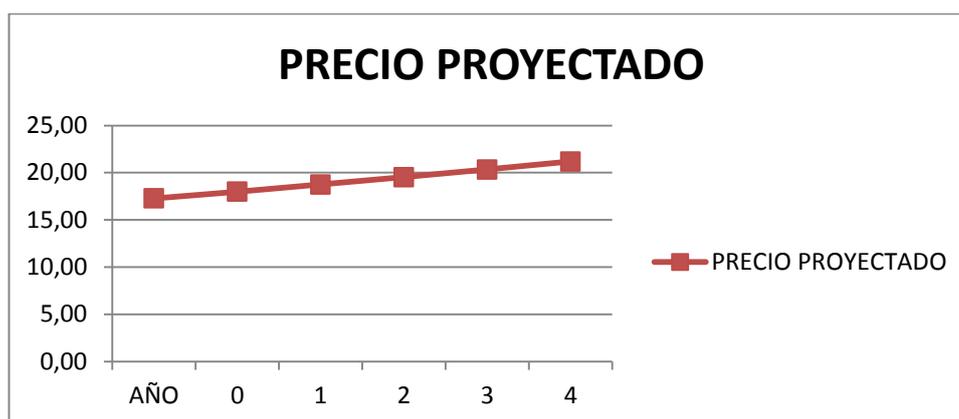
Tabla 18. Precios de la competencia

MARCA	PAÍS DE ORIGEN	PRECIO
Gonzalo Sánchez	ECUADOR	24.5
Camisería Gutiérrez	ECUADOR	15
Camisería Inglesa	ECUADOR	20.6
Camisería Jerome	ECUADOR	21
Camisería Pical	ECUADOR	25.9
PROMEDIO		17.28
PROYECCIÓN DEL PRECIO		
AÑO	INFLACIÓN	PRECIO PROYECTADO
0	4.16%	17.28
1	4.16%	18.00
2	4.16%	18.75
3	4.16%	19.53
4	4.16%	20.34
5	4.16%	21.19

Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Figura 7. Precio proyectado



Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

1.16. Estudio de la comercialización del producto

De los resultados de las encuestas se puede concluir que el 47% de los encuestados adquieren sus productos en Centros comerciales, 36% en Supermercados y un 17% en Camiserías; alegando que prefieren los Centros Comerciales por factores de tiempo, economía y variedad dejando a un lado la atención personalizada y el poder escoger tanto tela, diseño y materiales para sus camisas. Por otra parte se puede acotar que en cuanto a los ingresos el sector al que se dirigirá el negocio es de clase media, media alta; se ve la necesidad de ubicar locales en los centros comerciales más concurridos de la ciudad pero que lamentablemente por factores económicos no se puede hacerlos hacerlo en el corto plazo, siendo un plan para el futuro. Además se tendrá un local en el centro de operaciones de la planta con el fin de tener un mejor contacto con los clientes debido a que pueden hacer arreglos a sus camisas cuando las compran.

Nos plantaremos una campaña publicitaria en la cual debemos clarificar nuestros objetivos que se muestran a continuación:

- Dar a conocer la empresa.
- Crear, mantener o mejorar nuestra imagen corporativa
- Dar a conocer las características de nuestro producto
- Informar nuestras acciones promocionales
- Influir en los hábitos de compra de nuestros clientes
- Reaccionar ante alguna acción de nuestra competencia



El canal por el cual transmitiremos el mensaje será a través de Marketing Directo por medio de la promoción del producto que se realizará en los puntos de venta tales como supermercados y centros comerciales y el local ubicado en la planta; para lo cual se utilizarán flyers y cupones de descuento del 10% que se entregarán a aquellos clientes que visiten el local, a más de las visitas por la mayor parte de empresas en las cuales proveen de uniformes para sus empleados, a más de establecer alianzas con empresas dedicadas a la confección de uniformes, hasta lograr abrir camino con nuestra propia marca.

Es decir, la estrategia de introducción los productos, será promoverlo como una nueva tendencia al vestir, sumando que nuestros consumidores tendrán la posibilidad de hacer arreglos a sus camisas teniendo una atención personalizada por parte del personal, intentando la fidelización de nuestros clientes.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo general.

- Determinar la factibilidad técnica de fabricación de camisas para caballero.

2.1.2. Objetivos específicos.

- Determinar el tamaño óptimo, la localización, los equipos, las instalaciones y los aspectos organizacionales requeridos para realizar la producción.
- Describir el proceso productivo del negocio propuesto.

2.2. Localización óptima de la planta

El proyecto estará ubicado en las calles Oriente y Guayaquil, en el Centro Histórico de la ciudad de Quito, debido a que es un sitio comercial e intermedio entre el sector norte y sur de la Capital.

A través del municipio de Quito se ha desarrollado un importante plan de restauración de la parte colonial de la ciudad también llamado "El Centro Histórico" especialmente por tratarse de una zona turística por excelencia con una variada riqueza social-cultural-arquitectónica y manteniendo esa atmósfera de antaño que sus habitantes han sabido conservar.

Para el presente proyecto se contará con un local de 15 x 20mt, en el cual se realizará la fabricación de las camisas y la posterior venta de las mismas. El mismo que funcionará como taller y local para venta del producto.

2.2.1. Datos generales de la ciudad de Quito

- Provincia de Pichincha
- Quito es la segunda ciudad más poblada de Ecuador, con 2.239.191.
- La ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios.
- La empresa estará localizada en la Administración Zona Centro Manuela Sáenz, Parroquia Centro Histórico en el Barrio de San Blas, calles Oriente y Guayaquil.
- Quito está dividido en Zonas Metropolitanas conocidas como Administraciones Zonales cuyas funciones son el descentralizar los organismos institucionales.
- Cada Administración está dirigida por un administrador zonal designado por el alcalde.

2.3. Análisis de insumos

Los materiales que se utilizara para la elaboración de las camisas son:

Tabla 19. Materiales utilizados para elaboración de camisa

MATERIAL	CARACTERÍSTICAS
Tela PolyAlgodón	Algodón 40% - Poliéster 60%
Entretela (FORRO)	Material rígido que da firmeza a los cuellos y puños a las camisas
Botones	Plástico de colores con cuatro agujeros
Hilo	Material poliéster de color
Etiqueta	Fibra en poliéster con bordado que identifica la talla de la prenda.
Plumilla	

Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

2.4. Proveedores actuales

Tabla 20. Proveedores actuales

MATERIA PRIMA / MATERIAL	PRINCIPALES PROVEEDORES	UBICACIÓN
Telas	Bazak Intl. Corp. Casa Andrés Fabrilana Sintofil Pin-TEX Distribuidora Norte Merylan - importadores directos Pat Primo Comercial Marluz Single Jersey La Carolina Fabridor Broling	Nueva York García Moreno y Sucre - Quito Av. De la Prensa- Quito Venezuela y Sucre – Quito Telas de punto colombiano -Panamericana Norte- Quito Los Cerezos y Real Audiencia- Quito Panamericana Norte- Quito
Hilos	Hilos Fufus Hilos Cadena	Av. América- Quito De los Aceitunos y Eloy Alfaro- Quito
Botones	Botoperla El Relámpago Handy Button	Diego de Vásquez - Quito
Marquillas	Contempo Etiquetex	
Fundas	Plásticos del Litoral	

Fuente: Mercado local (Camisería Inglesa)

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

2.5. Proceso de producción

EL proceso de producción representa un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas con el cual se transformaran los factores que son la materia prima para realizar el producto final que son las camisas, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo productos de calidad, a un excelente precio.

Tabla 21. Proceso de producción

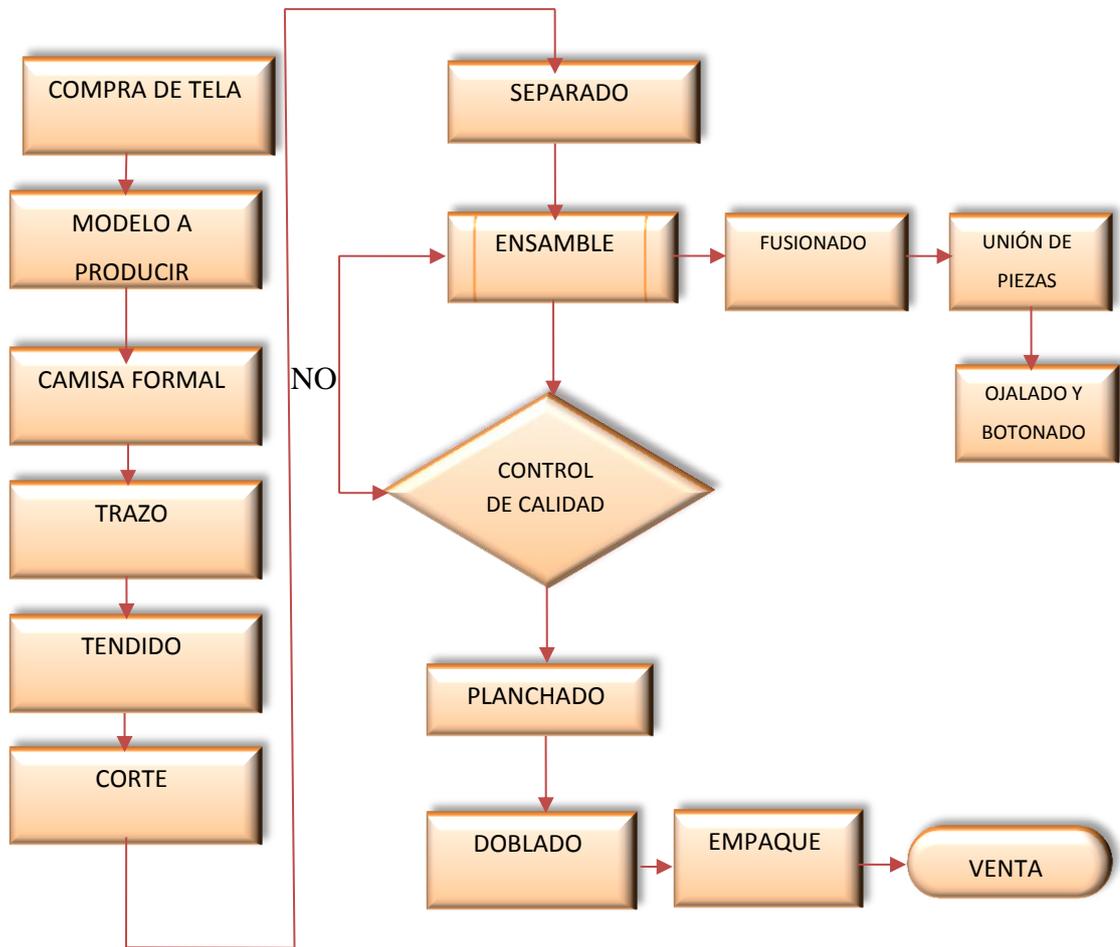
PROCESO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
COMPRA DE MATERIA PRIMA	PROVEEDORES	30 MINUTOS
TRAZO	COLOCAR LOS MOLDES SOBRE LA TELA Y DIBUJAR: <ul style="list-style-type: none"> - CUELLO (2), - PUÑOS (4), - HOMBRERAS (2), - ESPALDAR (1), - DELANTEROS (2), - MANGAS (2). 	30 MINUTOS
TENDER	ESTIRAR LA TELA SOBRE LA MESA DE CORTE	2 MINUTOS
CORTE	UTILIZAR MÁQUINA CORTADORA	20 MINUTOS
PLANCHADO		
FUSIÓN	ES LA UNIÓN ENTRE LA TELA Y EL FORRO DE CUELLOS Y PUÑOS	10 MINUTOS
UNIÓN DE PIEZAS	POR MEDIO DE MAQUINA RECTA, Y POSTERIORMENTE POR UNA MAQUINA OVERLOK	40 MINUTOS
OJALAR	REALIZAMOS LAS APERTURAS PARA LOS BOTONES	5 MINUTOS
BOTONADO	SEÑALAMOS DONDE SE FIJA EL BOTÓN PARA POSTERIORMENTE COSERLO	5 MINUTOS
DESHEBRADO Y REVISADO	QUITAMOS LAS HEBRAS SOBRAINTES DE LAS COSTURAS	2 MINUTOS

PLANCHADO Y DOBLADO	PLANCHAMOS LAS COSTURAS, ABOTONAMOS LA CAMISA Y VOLVEMOS A PLANCHAR, PARA POSTERIORMENTE DOBLARLA	5 MINUTOS
EMPAQUE	SE COLOCA LA CAMISA EN FUNDA PLÁSTICA Y EN CAJA DE CARTÓN PARA SU POSTERIOR VENTA	5 MINUTOS

Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

2.5.1. Flujograma



Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember.

2.6. Selección de la maquinaria

Se adquirirá la maquinaria en los Almacenes Familiares, en los cuales se cuenta con buenos precios y con crédito directo.

La maquinaria que se necesita para la confección de una camisa se detalla a continuación:

Tabla 22. Selección de maquinaria

MAQUINARÍA	MARCA	CANT.	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Botonadora	JUKI	1	2.350.00	2.350.00
Cortadora	Dino	1	500.00	500.00
Fusionadora		1	1.500,00	15000,00
Maquina Recta	Brother	1	2.000.00	2.000.00
Plancha		2	75	150
Mesa de Corte		1	150.00	150.00
Mesa para planchado		1	150.00	150.00
Máquina de overlock	Brother	1	2.800.00	2.800.00
Ojaladora		1	2.500.00	2.500.00
Tijeras		2	50.00	100.00

Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember.

Figura 8. Botonadora



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 9. Máquina cortadora



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura10. Fusionadora



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 11. Máquina recta



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 12. Plancha



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 13. Mesa de corte



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 14. Mesa para planchado



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 15. Overlock



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 16. Ojaladora



Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

Figura 17. Tijeras



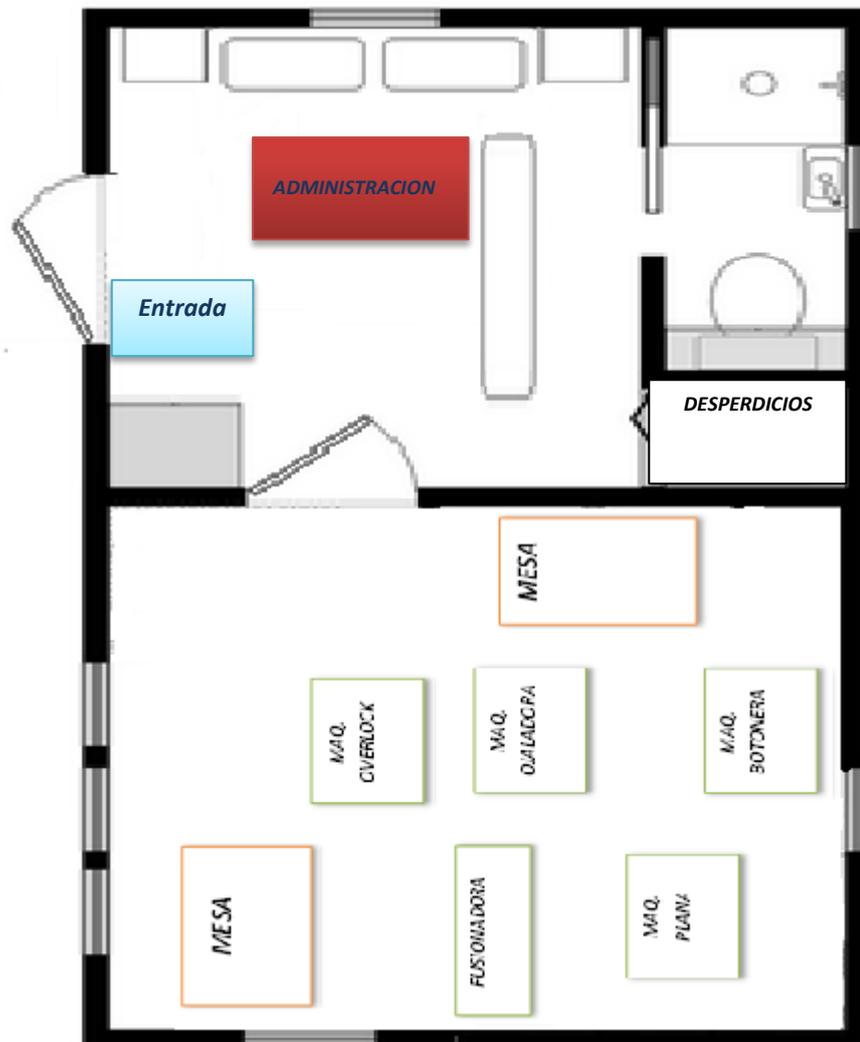
Fuente: Catálogo de maquinaria textil y confecciones, 2013.

2.7. Distribución de la planta

El tipo de distribución más conveniente para el proceso de producción requerido en la elaboración de camisas es el del proceso, que consiste en varios departamentos a una sola operación o pocas tareas y es capaz de adaptarse a una gran variedad de productos similares.

Para alcanzar la optimización de las distancias, disminuir el tiempo de fabricación, una supervisión fácil y efectiva, mejorando la moral y satisfacción de los empleados se realizan diagramas que registran los departamentos.

2.7.1. Diagrama de la planta



Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

2.8. Cálculo de mano de obra necesaria

Hasta ahora instituciones como por ejemplo SECAP, Cámara de comercio de Quito han estado a cargo de la ejecución de los programas de capacitación para programas de emprendimiento

El factor humano es uno de los aspectos que con mayor frecuencia se lo establece en un proyecto, pero de este depende el éxito de nuestra empresa.

Las condiciones de trabajo ideales, elevaran la seguridad, disminuirán el ausentismo y la puntualidad, elevaran la moral del trabajador y mejoraran las relaciones publicas, además de incrementar la producción.

Para que el área de producción se mantenga en buenas condiciones, se debe tomar algunas consideraciones:

Debido a que se realizan trabajos de gran precisión, la intensidad de alumbrado y su calidad deben ser adecuadas.

La temperatura debe ser media de modo que se evitaría la fatiga, transpiración, debe existir una ventilación adecuada para evitar el malestar de los obreros con respecto a malos olores.

Con el objeto de evitar la monotonía ocasionada por el ruido de las máquinas, se propone poner música adecuada para los trabajadores

La administración debe promover el orden, haciendo que cada cosa tenga su lugar apropiado.

La existencia de un dispensario de primeros auxilios, hará que los trabajadores realicen sus labores con seguridad.

Personal que necesitaríamos:

Tabla 23. Salarios y personal

PERSONAL	SALARIO
ADMINISTRADOR	\$500
OPERADOR 1 (CORTADOR Y FUSIONADOR)	\$340
OPERADOR 2 (COSTURERO)	\$ 340
OPERADOR 3 (PLANCHADOR Y EMPACADOR)	\$ 340

Fuente: Mercado local

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

A todo el personal se lo afiliara al IESS, y contarán con un bono de productividad

2.9. Aspecto legal

La empresa no tiene impedimentos legales para ser instalada y funcionar adecuadamente, no es una industria contaminante, ni consumidora de recursos escasos como el agua.

2.10. Creación de la empresa

2.10.1. Las compañías mercantiles del Ecuador

2.10.1.1. Contrato de compañía

Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por disposiciones de la Ley de Compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

La sociedad es un sujeto de derecho, es una persona jurídica distinta de los socios que la conforman. Sociedad o Compañía es un contrato entre dos o más personas que ponen algo en común con el fin de dividir los beneficios que de ello prevengan.

2.10.2. Organismos controladores

2.10.2.1. Superintendencia de compañías

La superintendencia de compañías es un órgano de control y vigilancia que tiene afinidad con el Registro De la Propiedad y con el Registro Mercantil en donde se lleva el registro de Sociedades en base a las copias que los funcionarios respectivos del Registro Mercantil deben remitirles.

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 (120, num. 6) de la Constitución Política de la República, la misma que expresa:

“La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y autónomo que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías, en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley”.

2.10.2.2. Cámaras de comercio

En la Ley de Compañías se estipula lo siguiente: “La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías en el libro de matrículas de comercio.”(Ecuador., Art. 19 de la Legislación de Compañías y de Empresas Unipersonales)

El Código de Comercio sólo queda como ley supletoria de la Ley de Compañías y el único organismo controlador de las compañías mercantiles es la Superintendencia de Compañías.

2.10.3. Tipos de compañías

A continuación presentaremos un breve resumen de los puntos más importantes detallados en la “Ley de Compañías” respecto de los tipos de Compañía que existen en el Ecuador.

2.10.3.1. Compañía de responsabilidad limitada

“Art. 92 .- Es la que se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, etc.

No serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.”

“Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.”

“Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.”

“Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.”

“Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil.”

“Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.”

“Art. 99.- No obstante las amplias facultades que la ley de compañías concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.”

“Art. 100.- Las personas jurídicas, con excepción de bancos, compañías de seguros, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de la compañía de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.”

“Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el intendente de compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en un cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor a doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.”

“Art. 103.- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de “Integración de capitales”, que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.”

“Art. 106.- La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de participaciones que por su aporte le corresponderán.”

“Art. 111.- En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicara la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.”

“Art. 116.- La junta general formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social.”

“Art. 117.- Las disposiciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.”

“Art. 130.- Los administradores o gerentes de la compañía no podrán dedicarse por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.”

“Art. 131.- Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el registro mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado.”

2.10.3.2. Compañía anónima

“Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.”

“Art. 144.- La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima” o las correspondientes siglas.

No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de la empresa como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de la Ley de Compañías para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.”

“Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar.

Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.”(R.O., 2009)

“Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.”

“Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos.

Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.”

“Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente.

Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán

ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías.”

“Art. 162.- En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.

Los bienes aportados serán evaluados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato.

En la constitución sucesiva, los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores.

Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.”

“Art. 163.- Los suscriptores harán sus aportes en dinero, mediante depósito en cuenta especial, a nombre de la compañía en promoción, bajo la designación especial de “Cuenta de Integración de Capital”, la que será abierta en los bancos u otras instituciones de crédito determinadas por los promotores en la escritura correspondiente.”

“Art. 164.- La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda al capital aportado. La emisión que viole esta norma será nula.”

“Art 165.- El contrato de formación de la compañía determinará la forma de emisión y suscripción de las acciones.

La suscripción de acciones es un contrato por el que el suscribiente se compromete para con la compañía a pagar un aporte y ser miembro de la misma, sujetándose a las normas del estatuto y reglamentos, y aquella a realizar todos los actos necesarios

para la constitución definitiva de la compañía, a reconocerle la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente a cada acción suscrita.

Este contrato se perfecciona por el hecho de la suscripción por parte del suscriptor, sin que pueda sujetarse a condición o modalidad que, de existir, se tendrán por no escritas.”

“Art. 168.- Las acciones serán nominativas.

La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no estén totalmente pagadas. Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas.”

“Art. 170.- Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto. Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas.

Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía.”

“Art. 171.- El monto de las acciones preferidas no podrá exceder del cincuenta por ciento del capital suscrito de la compañía.”

“Art 172.- Es prohibido a la compañía constituir o aumentar el capital mediante aportaciones recíprocas en acciones de propia emisión, aun cuando lo hagan por interpuesta persona.”

“Art. 173.- Los títulos correspondientes a las acciones suscritas en el acto de constitución de la compañía, serán expedidos dentro de los sesenta días siguientes a la inscripción del contrato en el Registro Mercantil.

En la constitución sucesiva de una compañía, los títulos se expedirán dentro de los ciento ochenta días siguientes a la inscripción en el Registro Mercantil de la escritura de constitución definitiva.

Antes de obtener la aprobación definitiva de la Superintendencia de Compañías para la constitución de la compañía, solamente se otorgará certificados provisionales o resguardos. Los títulos de acción conferidos antes de la inscripción de la escritura de constitución o del contrato en que se aumente el capital son nulos.”

“Art. 175.- Siempre que se haya pagado el cincuenta por ciento, por lo menos, del capital inicial o del aumento anterior, la compañía podrá acordar un aumento del capital social.”

“Art. 176.- Los títulos en acciones estarán escritos en idioma castellano y contendrán las siguientes declaraciones:

1. El nombre y domicilio principal de la compañía;
2. La cifra representativa del capital autorizado, capital suscrito y el número de acciones en que se divide el capital suscrito;
3. El número de orden de la acción y del título, si éste representa varias acciones, y la clase a que pertenece;
4. La fecha de la escritura de constitución de la compañía, la notaría en la que se la otorgó y la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, con la indicación del tomo, folio y número;
5. La indicación del nombre del propietario de las acciones;
6. Si la acción es ordinaria o preferida y, en este caso, el objeto de la preferencia;
7. La fecha de expedición del título; y,
8. La firma de la persona o personas autorizadas.”

“Art. 177.- Los títulos y certificados de acciones se extenderán en libros talonarios correlativamente numerados.

Entregado el título o el certificado al accionista, éste suscribirá el correspondiente talonario. Los títulos y certificados nominativos se inscribirán, además, en el libro de Acciones y Accionistas, en el que se anotarán las sucesivas transferencias, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto al derecho sobre las acciones.”

“Art. 178.- La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley de Compañías.”

“Art. 179.- La acción es indivisible. En consecuencia, cuando haya varios propietarios de una misma acción, nombrarán un apoderado o en su falta un administrador común; y, si no se pusieren de acuerdo, el nombramiento será hecho por el juez a petición de cualquiera de ellos.

Los copropietarios responderán solidariamente frente a la compañía de cuantas obligaciones se deriven de la condición de accionista.”

“Art. 181.- Los accionistas tendrán derecho preferente, en proporción a sus acciones, para suscribir las que se emitan en cada caso de aumento de capital suscrito. Este derecho se ejercitará dentro de los treinta días siguientes a la publicación por la prensa del aviso del respectivo acuerdo de la junta general.”

“Art. 182.- La compañía podrá acordar el aumento del capital social mediante emisión de nuevas acciones o por elevación del valor de las ya emitidas.”

“Art. 184.- El aumento de capital por elevación del valor de las acciones requiere el consentimiento unánime de los accionistas si han de hacerse nuevas aportaciones en numerario o en especie. Se requerirá unanimidad de la junta si el aumento se hace por capitalización de utilidades. Pero, si las nuevas aportaciones se hicieren por capitalización de reserva o por compensación de créditos, se acordarán por mayoría de votos.”

“Art. 200.- Las compañías anónimas consideran como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas.”

“Art. 201.- Los fundadores y promotores son responsables solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeren para constituir la compañía.”

“Art. 251.- El contrato social fijará la estructura administrativa de la compañía.”

“Art. 252.- La Superintendencia de compañías no aprobará la constitución de una compañía anónima si en el contrato social no aparece claramente determinado quién o quiénes tienen su representación judicial y extrajudicial. Esta representación podrá ser confiada a directores, gerentes, administradores u otros agentes.”

“Art. 253.- La representación de la compañía se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro o tráfico, en operaciones comerciales o civiles, incluyendo la constitución de prendas de toda clase. El contrato podrá limitar esta facultad. Se necesitará autorización de la junta general para enajenar o hipotecar los bienes sociales.”

“Art. 254.- Los administradores, miembros de los organismos administrativos y agentes, solo podrán ser nombrados temporal y revocablemente.”

“Art. 255.- Los administradores tendrán la responsabilidad derivada de las obligaciones que la ley y el contrato social les impongan como tales y las contempladas en la ley para los mandatarios; igualmente, la tendrán por la contravención a los acuerdos legítimos de las juntas generales.”

“Art. 258.- No pueden ser administradores de la compañía sus banqueros, arrendatarios, constructores o suministradores de materiales por cuenta de la misma.

Para desempeñar el cargo de administrador se necesita tener la capacidad necesaria para el ejercicio del comercio y no estar comprendido en las prohibiciones e incompatibilidades que el código de Comercio establece por ello.”

“Art. 259.- El administrador continuará en el desempeño de sus funciones, aun cuando hubiere concluido el plazo para el que fue designado, mientras el sucesor tome posesión de su cargo.”

“Art. 300.- Si la Superintendencia de Compañías estableciere que los datos y cifras constantes en el balance y en los libros de contabilidad de una compañía no son exactos o contienen errores comunicará al representante legal y a los comisarios de la compañía respectiva las observaciones y conclusiones a que hubiere lugar, concediendo el plazo de hasta treinta días para que se proceda a las rectificaciones o

que se formulen los descargos pertinentes. El Superintendente de Compañías, a solicitud fundamentada de la compañía, podrá ampliar dicho plazo.”

2.10.3.3. Compañía en comandita por acciones

“Art. 301.- El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables, a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.”

“Art. 303.- La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios responsables seguidos de las palabras “compañía en comandita” o su abreviatura.”

“Art. 304.- La administración de la compañía corresponde a los socios comanditados, quienes no podrán ser removidos de la administración social que les compete sino por las causas establecidas posteriormente.

Los socios comanditados obligados a administrar la empresa tendrán derecho por tal concepto, independientemente de las utilidades que le corresponda como dividendos de sus acciones, a la parte adicional de las utilidades o remuneraciones que fije el contrato social y, en caso de no fijarlo, a una cuarta parte de las que se distribuyan entre los socios.”

“Art. 305.- Pueden ser excluidos de la compañía:

- I El socio administrador que se sirviere de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que cometiere fraude en la administración o en la contabilidad; o que se ausentare y, requerido, no justificare la causa de su ausencia.
- II
- III El socio que intervenga en la administración sin estar autorizado en el contrato social.

- IV El socio que quiebre.
- V El socio que, constituido en mora, no haga el pago de su cuota social; y,
- VI En general los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
- VII El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.”

“Art. 306.- El socio comanditado puede ser empleado de la compañía, pero no puede dársele el uso de la firma social ni aún por poder.”

2.10.3.4. Compañía de economía mixta

“Art. 308.- El Estado, las Municipalidades, los Consejos Provinciales y los organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de este tipo de compañía.”

“Art. 309.- La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponden a empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.”

“Art. 310.- El Estado, las Municipalidades, los Consejos Provinciales, entre otras entidades públicas podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado.”

“Art. 311.- Son aplicables a este tipo de compañías las disposiciones relativas a la compañía anónima en cuanto no fueren contrarias a las contenidas en esta sección.”

“Art. 312.- Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro.

Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio.”

“Art. 313.- Las funciones del directorio y del gerente serán las determinadas por la Ley de Compañías para los directorios y gerentes de las compañías anónimas.”

“Art. 315.- Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y de modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros, se hallan exoneradas de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales.

El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para propiciar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.”

“Art. 316.- En esta clase de compañías el capital privado podrá adquirir el aporte del Estado pagando su valor en efectivo, previa la valorización respectiva y procediendo como en los casos de fusión de compañías.

El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía de economía mixta, pagando íntegramente su valor en dinero y al contado, valor que se determinará previo balance, como para el caso de fusión.”

2.10.3.5. Compañía extranjera

“Art. 415.- Para que una compañía constituida en el extranjero pueda ejercer habitualmente sus actividades en el Ecuador deberá:

- I Comprobar que está legalmente constituida de acuerdo con la Ley del país en el que se hubiere organizado;

- II Comprobar que, conforme a dicha ley y a sus estatutos, puede acordar la creación de sucursales y tiene facultad para negociar en el exterior, y que ha sido válidamente adoptada la decisión pertinente;
- III Tener permanentemente en el Ecuador, cuando menos, un representante con amplias facultades para realizar los actos y negocios jurídicos que hayan de celebrarse y sufrir efectos en territorio nacional, y especialmente para que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones contraídas.
- IV Constituir en el Ecuador un capital destinado a la actividad que se vaya a desarrollar. Su reducción sólo podrá hacerse observando las normas de La Ley de Compañías para la reducción del capital.

Para justificar estos requisitos se presentará a la Superintendencia de Compañías los documentos constitutivos y los estatutos de la compañía, un certificado expedido por el Cónsul del Ecuador que acredite estar constituida y autorizada en el país de su domicilio y que tiene facultad para negociar en el exterior.

Deberá también presentar el poder otorgado al representante y una certificación en la que consten la resolución de la compañía de operar en el Ecuador y el capital asignado para el efecto.”

“Art. 416.- Si el representante fuere un ciudadano extranjero, deberá tener en el Ecuador la calidad de residente.”

“Art. 418.- Toda compañía extranjera que opere en el Ecuador está sometida a las leyes de la República en cuanto a los actos y negocios jurídicos que hayan de celebrarse o surtir efectos en el territorio nacional.”

2.10.3.6. Compañía holding o tenedora de acciones

“Art. 429.- Compañía Holding o Tenedora de Acciones, es la que tiene por objeto la compra de acciones o participaciones de otras compañías, con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través de vínculos de propiedad accionaria, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados y conformar así un grupo empresarial.

Las compañías así vinculadas elaborarán y mantendrán estados financieros individuales por cada compañía, para fines de control y distribución de utilidades de los trabajadores y para el pago de los correspondientes impuestos fiscales. Para cualquier otro propósito podrán mantener estados financieros o de resultados consolidados evitando, en todo caso, duplicidad de trámites o de procesos administrativos.

La decisión de integrarse en un grupo empresarial deberá ser adoptada por la Junta General de cada una de las compañías integrantes del mismo. En caso de que el grupo empresarial estuviere formado por compañías sujetas al control de la Superintendencia de Bancos y Compañías, las normas que regulen la consolidación de sus estados financieros serán expedidas y aplicadas por ambos organismos.”

2.10.4. Selección de tipo de empresa

Para la empresa propuesta se ha seleccionado la COMPAÑÍA DE SOCIEDAD ANÓNIMA en la cual se realizará el siguiente procedimiento para la constitución de la misma.

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, según el Art. 144 de la Ley de Superintendencia de Compañías el nombre seleccionado para la empresa es **“CREACIONES VALLE” CAMISERÍA S.A.**

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socias.

Capital mínimo.-La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Consideraciones:

Las aportaciones pueden ser en dinero en efectivo o en especies y en este caso puede ser bienes muebles o inmuebles que tengan relación con la actividad de la compañía.

Estos bienes al momento de ser aportados a la Compañía, dejan de ser de propiedad de sus dueños y pasan a ser de propiedad de la Compañía e integran su Patrimonio.

La constitución del capital o su aumento no pueden ser llevados a cabo mediante suscripción pública.

Una vez aprobados los bienes y el valor de sus montos, la compañía emitirá un certificado de aportación donde se indicará el número de participaciones que correspondan a su aporte.

Se fijara un capital propio por un valor de \$9.164,63 (los cuales serán entregados en 50% por cada socio).

2.11. Aspecto administrativo

2.11.1. Valores

- **CONFIANZA:** Debido a que se creará un ambiente laboral adecuado que será transmitido a los clientes y proveedores, esto además favorecerá a toda la organización empresarial.
- **RESPONSABILIDAD:** Se brindará este valor en cada actividad para dar valor agregado al producto y de esta forma trasladar al cliente final.
- **HONESTIDAD:** Serán honestos en todas las acciones procurando salvaguardar los intereses del cliente, del personal y de la empresa.

2.11.2. Principios

- Calidad en cada paso de los procesos a realizarse en la empresa.
- Respeto y consideración tanto a los clientes externos como a los internos
- Agilidad al momento de confeccionar y comercializar los productos, siendo esto último una política de la empresa.
- Creatividad en la confección para de esta manera lograr ser competitivos ante nuestro mercado y lograr un excelente posicionamiento en el mismo

Misión

“Creaciones Valle” Camisería es una empresa productora y comercializadora de camisas para caballero ubicada en la capital del Ecuador que busca satisfacer los gustos y preferencias de sus clientes brindando productos y atención de la más alta calidad.

Visión

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de prendas para caballero a nivel nacional, acorde a las tendencias actuales de la moda y a las exigencias de los clientes, con tecnología innovadora, promoviendo el desarrollo y su crecimiento empresarial con el día a día.

2.12. Organigrama Institucional

Figura 18. Organigrama institucional



Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

2.12.1. Funciones de cada cargo

ADMINISTRADOR: Supervisara todas las funciones relacionadas con el manejo del negocio de forma tal que alcance de manera exitosa los objetivos de la operación.

Las funciones de gestión incluirán planificación, control, organización, dotación de personal y dirección de operaciones.

CORTADOR Y FUSIONADOR: Realizara el trazo de la tela según la talla que el cliente solicite para realizar el corte y su posterior ingreso a la fusionadora en el caso de los cuellos, puños y pecheras.

COSTURERO: Se ocuparán del corte, confección de las camisas que se fabricaran en nuestra empresa, conservando de la mejor manera las máquinas que se encuentren a su cargo, y garantizando la calidad al momento de confeccionar la prenda.

PLANCHADOR Y EMPACADOR: Su función es planchar la camisa una vez que se encuentre terminada su confección observando minuciosamente algún defecto que tenga la prenda, para posteriormente empacarla y colocarla en exhibición, o entregarla al cliente que solicitó la camisa.

2.13. Estudio ambiental

En el presente proyecto no requiere ningún impedimento de realizarse en el sector centro de la ciudad de Quito, debido a que según Ordenanza municipal 260 correspondiente a bienes y áreas patrimoniales, siempre y cuando exceda el número permitido de maquinaria siendo en este caso 10 máquinas, debería trasladarse a las afueras de la ciudad, mientras tanto no contaminamos la ciudad, no alteramos la infraestructura de las casas ni locales del sector y no existe influencia de ruidos hacia el exterior por lo que no está siendo afectada la comunidad.

En lo que respecta a los desechos de tela que no representa gran cantidad, se realizará waipes para la limpieza del local y la planta de esta manera aprovechamos la merma producida en la elaboración de las camisas.

CAPÍTULO III

ESTUDIO FINANCIERO

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo general

- Determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, así como el costo total de la operación de la planta.

3.1.2. Objetivos específicos

- Determinar los costos financieros totales referentes a la deuda que se contraerá para la conformación de la empresa.
- Determinar costos totales de producción, administración, ventas.
- Determinar la inversión total fija.
- Determinar el Capital de Trabajo y el costo de oportunidad total de la inversión.

3.2. Inversiones

En todo proyecto es necesario establecer los recursos que necesitará para su creación y funcionamiento, dentro de estos recursos se pueden mencionar los activos fijos y el capital necesario para la elaboración y comercialización de sus productos.

Dentro de los activos fijos, dependiente del tipo de negocios estos pueden ser, por ejemplo maquinarias y equipos o simplemente mercaderías o inventarios que serán comercializados. Mientras que en el establecimiento del capital de trabajo se deberá incluir todo lo necesario para las actividades de la empresa.

3.2.1. Activos fijos

Los activos fijos son bienes que permiten la producción de productos o servicios, Moreno menciona sobre los activos fijos que son: “conjunto de propiedades, bienes materiales y derechos, aprovechados en forma continua, permanente o semipermanente, en la producción de artículos para la venta, en la presentación de servicios a la empresa, a la clientela y al público en general” (Moreno, 2004 p. 102)

Para el presente proyecto se establecieron los siguientes activos fijos necesarios en las actividades de la empresa:

Tabla 24. Maquinaria y equipos.

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	BOTONADORA	1	\$ 2.350,00	2.350,00
2	CORTADORA	1	\$ 500,00	500,00
3	FUSIONADORA	1	\$ 1.500,00	1.500,00
4	MÁQUINA RECTA	2	\$ 2.000,00	4.000,00
5	OVERLOCK	2	\$ 2.800,00	5.600,00
6	OJALADORA	1	\$ 2.500,00	2.500,00
7	MESA DE CORTE	1	\$ 150,00	150,00
8	MESA DE PLANCHADO	1	\$ 150,00	150,00
SUB TOTAL				\$ 16.750,00
3% de imprevistos				502,50
TOTAL				\$ 17.252,50

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

En la tabla 24 se presenta las maquinarias, las cantidades y sus respectivos costos y un 3% de imprevistos para determinar un valor final.

Tabla 25. Muebles y enseres

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	ESCRITORIO	1	\$ 158,00	158,00
4	SILLAS	3	\$ 44,00	132,00
5	VITRINA	3	\$ 300,00	900,00
SUB TOTAL				\$ 1.190,00
3% de imprevistos				35,70
TOTAL				\$ 1.225,70

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La tabla 25 muestra los muebles necesarios para la ejecución del proyecto, contenido una breve descripción, las cantidades, sus respectivos costos y finalmente el valor total.

Tabla 26. Equipos de oficina

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Teléfono	1	\$ 79,00	79,00
SUB TOTAL				\$ 79,00
3% de imprevistos				2,37
TOTAL				\$ 81,37

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Tabla 27. Equipo de Computación

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computadora	1	\$ 780,00	780,00
3	Impresora	1	\$ 230,00	230,00
SUB TOTAL				\$ 1.010,00
3% de imprevistos				30,30
TOTAL				\$ 1.040,30

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Para la gestión de las actividades de la empresa es necesario contar con equipos adecuados, los cuales se encuentran detalladas en las tablas 26 y 27 con el respectivo costo total de todos los equipos.

Tabla 28. Inversión Total de Activos Fijos

ITEMS	DETALLE	TOTAL
1	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 17.252,50
2	MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.225,70
3	EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.040,30
4	EQUIPO DE OFICINA	\$ 81,37
TOTAL INVERSIÓN		\$ 19.599,87

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Finalmente en la tabla 28 se describe los valores totales de las inversiones de activos fijos que se establecieron para la ejecución del proyecto.

Tabla 29. Inversión Total

ITEMS	DETALLE	TOTAL
1	CAPITAL DE TRABAJO	9.478,92
2	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	17.252,50
3	MUEBLES Y ENSERES	1.225,70
4	EQUIPO DE COMPUTACION	1.040,30
5	EQUIPO DE OFICINA	81,37
TOTAL INVERSION		29.078,79

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

3.2.2. Capital de trabajo

Las diferentes actividades de la empresa requieren de recursos económicos, es decir de un capital mínimo para la producción de sus productos o servicios, según Chain nos menciona: “Una inversión fundamental para el éxito o fracaso de un negocio es la que se debe hacer en capital de trabajo. El proyecto puede considerar la inversión en todos los activos fijos necesarios para poder funcionar adecuadamente, pero si no contempla la inversión en el capital necesario para financiar los desfases de caja durante su operación, probablemente fracase” (Nassir, 2007 p. 144)

Para el cálculo del respectivo capital de trabajo en el proyecto se estableció la siguiente fórmula:

$$CT = \frac{\text{TOTAL DE COSTOS INVOLUCRADOS}}{360} \times \text{\# DE DIAS DE DESFACE}$$

Los costos totales involucrados en el proyecto contienen los siguientes valores:

Tabla 30. Total de costos involucrados

DESCRIPCIÓN	TOTAL ANUAL
COSTOS DE PRODUCCION	
MATERIA PRIMA	52.861,25
MANO DE OBRA	15.644,76
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	31.026,78
	\$ 99.532,79
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
SUELDOS	7.509,00
SERVICIO PUBLICO	385,63
GASTOS GENERALES	4.249,37
OTROS GASTOS ADMINITRATIVOS	2.420,50
	\$ 14.564,50
GASTOS DE VENTAS	
GASTOS DE VENTAS	679,80
	\$ 114.777,09

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Con el cálculo de los costos involucrados, y la determinación de 30 días de desfase se aplicó la formula mencionada, obteniendo el siguiente valor para el capital de trabajo del proyecto:

$$CT = \frac{114.777,09}{360} \times 30 =$$

$$CT = 9.564,76$$

El Capital de Trabajo necesario para 30 días de desfase es de 9.478,92 dólares de los Estados Unidos de América.

3.3. Costos

Como todos proceso productivo, es necesario disponer de recursos económicos; estos recursos como son parte de la elaboración de productos son denominados como costos, Hansen y Mowen nos dicen “El costo es el efectivo o un valor equivalente de efectivo sacrificado por productos y servicios que se espera que aporten un beneficio presente o futuro” (Hansen y Mowen, 2007 p. 35)

3.3.1. Costos de producción

En la transformación de los productos se necesitan la compra de diferentes materiales, estos valores se los denominan como costos de producción, para Lugo estos son: “Costos de producción: es el conjunto de operaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación en artículos de consumo o de servicios” (Lugo, 2004 p. 154)

En la elaboración de las camisas, las materias y costos que se utilizan son, las materias primas, la mano de obra, los materiales directos como indirectos de producción. A continuación se detallan cada uno de ellos:

Tabla 31. Materia prima

ITEMS	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL UNIDAD	UNIDADES DIARIAS	COSTO TOTAL DIARIO	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL AÑO
1	TELA	Metro	1,50	5,00	\$ 7,50	22,00	\$ 165,00	\$ 3.960,00	47.520,00
2	HILO	Tubo	1	0,60	\$ 0,60	22,00	\$ 13,20	\$ 316,80	3.801,60
SUB TOTAL									\$ 51.321,60
3% de imprevistos									1539,65
TOTAL MATERIA PRIMA									\$ 52.861,25

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

En la presente tabla se describe las materias primas necesarias para la elaboración de las camisas con sus respectivos costos, tanto mensuales como el costo total para el primer año.

Tabla 32. Mano de obra

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR PRIMER AÑO
1	Operador 1	1	340,00	28,33	28,33	37,91	434,58	\$ 5.214,92
2	Operador 2	1	340,00	28,33	28,33	37,91	434,58	\$ 5.214,92
3	Operador 3	1	340,00	28,33	28,33	37,91	434,58	\$ 5.214,92
								\$ 15.644,76

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR SEGUNDO AÑO
1	Operador 1	1	340,00	28,33	28,33	37,91	28,32	14,17	477,07	\$ 5.724,78
2	Operador 2	1	340,00	28,33	28,33	37,91	28,32	14,17	477,07	\$ 5.724,78
3	Operador 3	1	340,00	28,33	28,33	37,91	28,32	14,17	477,07	\$ 5.724,78
										\$ 17.174,35

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Para el establecimiento de la mano de obra, se consideró todos los beneficios sociales a los que tienen derecho los trabajadores. Por tal motivo, se estableció un rol para el primer año en donde no se incluyen las vacaciones ni el fondo de reserva y un rol para el segundo año donde se incluyen todos los beneficios.

Tabla 33. Costos Indirectos de Fabricación

ITEMS	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL UNIDAD	UNIDADES DIARIAS	COSTO TOTAL DIARIO	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL AÑO
1	Forro	Metros	1	\$ 1,25	\$ 1,25	22,00	\$ 27,50	\$ 660,00	\$ 7.920,00
2	Botones	Unidad	12	\$ 0,08	\$ 0,96	22,00	\$ 21,12	\$ 506,88	\$ 6.082,56
3	Plumilla	Unidad	2	\$ 0,08	\$ 0,16	22,00	\$ 3,52	\$ 84,48	\$ 1.013,76
4	Etiqueta	Unidad	1	\$ 0,10	\$ 0,10	22,00	\$ 2,20	\$ 52,80	\$ 633,60
5	Alfileres	Unidad	8	\$ 0,01	\$ 0,08	22,00	\$ 1,76	\$ 42,24	\$ 506,88
6	Funda de plástico	Unidad	1	\$ 0,03	\$ 0,03	22,00	\$ 0,66	\$ 15,84	\$ 190,08
7	Empaque de Cartón	Unidad	1	\$ 0,60	\$ 0,60	22,00	\$ 13,20	\$ 316,80	\$ 3.801,60
8	Mariposa	Unidad	1	\$ 0,02	\$ 0,02	22,00	\$ 0,44	\$ 10,56	\$ 126,72
9	Cartón para Planchado	Unidad	2	\$ 0,04	\$ 0,08	22,00	\$ 1,76	\$ 42,24	\$ 506,88
10	Binchas	Unidad	1	\$ 0,01	\$ 0,01	22,00	\$ 0,22	\$ 5,28	\$ 63,36
11	Agujas	Unidad	30	\$ 0,01	\$ 0,30	22,00	\$ 6,60	\$ 6,60	\$ 79,20
12	Afiladores	Unidad	2	\$ 1,00	\$ 2,00	22,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 528,00
13	Detergente Industrial	Gramos	500	\$ 0,35	\$ 0,35	22,00	\$ 7,70	\$ 7,70	\$ 92,40
14	Lápices	Unidad	5	\$ 0,20	\$ 1,00	22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 264,00
15	Metro	Unidad	1	\$ 0,60	\$ 0,60	22,00	\$ 13,20	\$ 13,20	\$ 158,40
16	Escobas	Unidad	5	\$ 1,75	\$ 8,75	22,00	\$ 8,75	\$ 8,75	\$ 8,75
17	Plancha	Unidad	2	\$ 75,00	\$ 150,00	22,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
18	AGUA	M3					\$ 1,40	\$ 33,60	\$ 403,20
19	LUZ	Kw/h					\$ 4,90	\$ 117,60	\$ 1.411,20
20	MANTENIMIENTO	horas/hombre					\$ 11,33	\$ 340,00	\$ 4.080,00
21	DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO								\$ 1.507,50
22	ARRIENDO								\$ 595,00
SUB TOTAL									\$ 30.123,09
3% de imprevistos									903,69
TOTAL CIF									\$ 31.026,78

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La tabla 33 muestra el detalle de los materiales directos para la elaboración de las camisas, con sus respectivos costos, tanto diarios, mensuales y un valor total para el primer año. Además de los materiales directos para la producción de las camisas también se requiere de otros implementos, y las maquinarias utilizadas necesitan de mantenimiento, agua y luz para poder operar, y sus costos están establecidos en la tabla 33 de forma diaria, mensual y el valor total para el primer año. Finalmente el uso de las maquinarias y muebles tendrán un desgaste por el uso constante, sumando también el respectivo valor del arriendo a los Costos Indirectos de Fabricación.

Para los rubros de arriendo y servicios básicos como agua y luz tenemos que para la producción utilizaremos un 70% para el prorrateo de sus gastos mientras que el 30% restante corresponde a gastos administrativos.

Tabla 34. Total costo de producción

ITEMS	DETALLE	TOTAL
1	MATERIA PRIMA	\$ 52.861,25
2	MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 15.644,76
3	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 31.026,78
COSTO DE PRODUCCION		\$ 99.532,79
C. PRODUCCIÓN UNITARIO		\$ 17,46

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

En la tabla 34 se presenta el resumen de los costos de producción durante el primer año.

3.4. Gastos administrativos

Como en toda organización es necesario realizar diferentes actividades que no se encuentran relacionadas con el proceso productivo de los productos, estas tareas también requieren de recursos económicos, a estos se los denominan gastos administrativos.

Fess nos menciona: “Los gastos administrativos son aquellos en que se incurre por la administración del negocio y no se relacionan con las funciones de manufactura o de ventas” (Reeve&Fess, 2005 p. 16)

Para el proyecto los gastos administrativos son:

Tabla 35. Gastos generales

ITEMS	DETALLE	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL AÑO
1	PAPELERIA	1,50	\$ 36,00	\$ 432,00
2	OTROS SUMINISTROS	2,20	\$ 52,80	\$ 633,60
3	ARRIENDO	8,50	\$ 255,00	\$ 3.060,00
SUB TOTAL				\$ 4.125,60
3% de imprevistos				\$ 123,77
TOTAL				\$ 4.249,37

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La tabla 35 presenta los principales gastos de las tareas administrativas con sus respectivos valores anuales.

Tabla 36. Sueldos

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR PRIMER AÑO
1	Administrador	1	500,00	41,67	28,33	55,75	625,75	\$ 7.509,00
								\$ 7.509,00

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR SEGUNDO AÑO
1	Administrador	1	500,00	41,67	28,33	55,75	41,65	20,83	688,23	\$ 8.258,80
										\$ 8.258,80

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Se estableció un valor para la persona que dirigirá las actividades de la empresa con sus respectivos beneficios sociales, estableciéndolos de forma incompleta para el primer año y de forma completa para el segundo año.

Tabla 37. Servicio público

ITEMS	DETALLE	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL AÑO
1	TELEFONO E INTERNET	1,30	\$ 31,20	\$ 374,40
SUB TOTAL				\$ 374,40
3% de imprevistos				\$ 11,23
TOTAL				\$ 385,63

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La tabla 38 presenta los servicios básicos que pertenecen a la administración con su valor total para el primer año.

Tabla 38. Otros gastos administrativos

ITEMS	DETALLE	COSTO TOTAL AÑO
1	CONSTITUCION DE COMPAÑÍA	\$ 2.100,00
2	PERMISOS MUNICIPALES	\$ 250,00
SUB TOTAL		\$ 2.350,00
3% de imprevistos		\$ 70,50
TOTAL		\$ 2.420,50

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La conformación de la empresa se lo realizar a través de los servicios de un abogado el cual se encargara de realizar toda la tramitación necesaria y solo se cancelará al municipios los principales permisos, el detalle se encuentra en la tabla 39.

Tabla 39. Depreciaciones

ITEMS	DETALLE	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	AÑO VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	ESCRITORIO	158,00	15,80	142,20	10,00	14,22
2	SILLAS	132,00	13,20	118,80	10,00	11,88
3	VITRINA	900,00	90,00	810,00	10,00	81,00
4	Computadora	780,00	78,00	702,00	3,00	234,00
5	Teléfono	79,00	7,90	71,10	10,00	7,11
6	Impresora	230,00	23,00	207,00	3,00	69,00
TOTAL DEPRECIACION ANUAL						\$ 417,21

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Los activos utilizados en la administración sufren de desgaste por lo tanto en la tabla 39 se presenta las respectivas depreciaciones de estos activos.

Tabla 40. Total gastos administrativos

ITEMS	DETALLE	TOTAL
1	GASTOS GENERALES	\$ 4.249,37
2	SUELDOS	\$ 7.509,00
3	SERVICIO PÚBLICO	\$ 385,63
4	OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.420,50
		\$ 14.564,50

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Finalmente en la tabla 40 se presenta el total de todos los gastos administrativos durante el primer año de operación de la empresa.

3.5. Financiamiento

Para la adquisición de todos los recursos necesarios en la ejecución del proyecto se estableció la realización de un préstamo bancario en la cooperativa de ahorro y

crédito 29 de octubre, por ser una de las mejores alternativas en la presente investigación.

La inversión total de los activos es:

Tabla 41. Tabla de inversión total.

ITEMS	DETALLE		TOTALES
1	CAPITAL DE TRABAJO		9.564,76
2	INVERSION ACTIVOS FIJOS		19.599,87
TOTAL ACTIVOS			\$ 29.164,63

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Lo cual dividiríamos de la siguiente manera:

Tabla 42. Tabla de aporte

INVERSION	CAPITAL PROPIO	FINANCIAMIENTO
\$ 29.164,63	\$9.164,63	\$20.000,00

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Con esta información se decidió realizar un préstamo por 20.000 dólares de los Estados Unidos para la adquisición principalmente de activos fijos. Mientras que el aporte de los socios será de \$9.164,63 valor que será entregado el 50% por cada socio.

El préstamo tendrá una tasa de interés del 24.90% y será por los próximos 5 años con un pago anual de 7.421,69 dólares de los Estados Unidos. A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo durante los cinco años:

Tabla 43. Tabla de amortización del préstamo.

AÑOS	CUOTA FIJA	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
0				\$ 20.000,00
1	\$ 7.421,69	\$ 2.441,69	\$ 4.980,00	\$ 17.558,31
2	\$ 7.421,69	\$ 3.049,67	\$ 4.372,02	\$ 14.508,64
3	\$ 7.421,69	\$ 3.809,04	\$ 3.612,65	\$ 10.699,60
4	\$ 7.421,69	\$ 4.757,49	\$ 2.664,20	\$ 5.942,11
5	\$ 7.421,69	\$ 5.942,11	\$ 1.479,58	\$ -

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La tabla 43 presenta la información del pago del préstamo durante los cinco años.

3.6. Gasto de ventas

La comercialización de los productos de la empresa será de forma directa por lo que sus gastos de ventas son reducidos, para Fess estos gastos son: “Los gastos de venta son aquellos que se producen por la comercialización y la entrega de artículos terminados a los clientes” (Reeve&Fess, 2005 p. 16)

Los gastos para la venta de las camisas son:

Tabla 44. Gastos de ventas

ITEMS	DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL AÑO
1	TARJETAS PRESENTACIÓN	\$ 18,00	\$ 216,00
2	CATALOGOS	\$ 30,00	\$ 120,00
3	OTROS SUMINISTROS	\$ 27,00	\$ 324,00
SUB TOTAL			\$ 660,00
3% de imprevistos			\$ 19,80
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS			\$ 679,80

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Debido a que la comercialización de los productos es de forma directa no se necesitará de gran inversión para la venta, la tabla 44 detalla estos gastos.

3.7. Presupuestos de ingresos y egresos

Los presupuestos se establecen para identificar valores futuros tanto en de los ingresos como de los egresos y mediante esta información realizar la mejor toma de decisiones para las actividades de la empresa.

3.7.1. Presupuesto de ingresos

Un presupuesto de ingresos también puede denominarse como de ventas, para Gonzales es: “Generalmente el presupuesto de ventas es el eje de los demás presupuestos, por lo que debe primeramente, cuantificarse en unidades, en especie, por cada tipo o línea de artículos, y una vez afinado o depurado, entonces se procede a su valuación, de acuerdo con los precios del mercado, regidos por la oferta y la demanda, o cuando no sea así, por el precio de venta unitario determinado, con lo cual se tiene el monto de ventas en valores monetarios” (Gonzales, 2009 p. 11).

Para establecer este presupuesto se determinó las unidades a producir, las cuales se detallan a continuación:

Tabla 45. Producción de camisas

	PRODUCCIÓN DE CAMISAS				
	DIARIAS	MENSUAL	AÑUAL	INVENTARIO	VENTA
Mangas largas	14	336	4032	403	3629
Mangas cortas	8	192	2304	230	2074

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La empresa produce dos productos principales, en la tabla 45 se detalla la producción diaria, mensual y anual. Además se estableció un 10% para los inventarios que tendrá la empresa durante su primer año.

Después de la determinación de las cantidades a producir se estableció los precios de comercialización, para los cuales se utilizó la inflación que tuvo el Ecuador durante el año 2013 - 2014, siendo 3,23% y los precios por producto y por años se determinaron así:

Tabla 46. Precios de comercialización

PRECIO DE VENTA		PRECIO DE VENTA	
Mangas Largas		Mangas Cortas	
AÑOS	PRECIO	AÑOS	PRECIO
1	26,75	1	22,75
2	27,61	2	23,48
3	28,51	3	24,24
4	29,43	4	25,03
5	30,38	5	25,83

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Con los precios y las cantidades se construyó el siguiente presupuesto de ingresos o ventas:

Tabla 47. Presupuesto de ingresos

ITEMS	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Mangas Largas	3629	\$ 26,75	\$ 97.070,40
2	Mangas Cortas	2074	22,75	\$ 47.174,40
INGRESOS PRIMER AÑO				\$ 144.244,80
1	Mangas Largas	3629	\$ 27,61	\$ 100.205,77
2	Mangas Cortas	2074	23,48	\$ 48.698,13
3	Inventario mangas largas	403	26,75	\$ 10.785,60
4	Inventario mangas cortas	230	22,75	\$ 5.241,60
INGRESOS SEGUNDO AÑO				\$ 164.931,11
1	Mangas largas	3629	\$ 28,51	\$ 103.442,42
2	Mangas cortas	2074	24,24	\$ 50.271,08
3	Inventario mangas largas	403	27,61	\$ 11.133,97
4	Inventario mangas cortas	230	23,48	\$ 5.410,90
INGRESOS TERCER AÑO				\$ 170.258,38
1	Mangas largas	3629	\$ 29,43	\$ 106.783,61
2	Mangas cortas	2074	25,03	\$ 51.894,84
3	Inventario mangas largas	403	28,51	\$ 11.493,60
4	Inventario mangas cortas	230	24,24	\$ 5.585,68
INGRESOS CUARTO AÑO				\$ 175.757,73
1	Mangas largas	3629	\$ 30,38	\$ 110.232,72
2	Mangas cortas	2074	25,83	\$ 53.571,04
3	Inventario mangas largas	403	29,43	\$ 11.864,85
4	Inventario mangas cortas	230	25,03	\$ 5.766,09
INGRESOS QUINTO AÑO				\$ 181.434,70

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

El presupuesto de ingresos se construyó para los cinco años de evaluación total del proyecto.

3.7.2. Presupuesto de egresos

Los egresos representan todo los valores en los que se incurrirá por la producción de las camisas, en los cuales también se incluyen los gastos administrativos, los financieros y los gastos de ventas, para su respectivas proyecciones se estableció la inflación del año 2013 - 2014 que tuvo el Ecuador 3.23%.

Tabla 48. Presupuesto de egresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
MATERIA PRIMA	52.861,25	54.568,67	56.331,23	58.150,73	60.029,00
MANO DE OBRA	15.644,76	17.174,35	17.729,08	18.301,73	18.892,88
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	31.026,78	32.028,95	33.063,48	34.131,43	35.233,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS	7.509,00	8.258,80	8.525,56	8.800,93	9.085,20
SERVICIO PUBLICO	385,63	398,09	410,95	424,22	437,92
GASTOS GENERALES	4.249,37	4.386,62	4.528,31	4.674,57	4.825,56
OTROS GASTOS ADMINITRATIVOS	2.420,50	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE VENTAS					
GASTOS DE VENTAS	679,80	701,76	724,42	747,82	771,98
GASTOS FINANCIEROS					
PRESTAMO BANCARIO	7.421,69	7.421,69	7.421,69	7.421,69	7.421,69
TOTAL DE EGRESOS	122.198,78	124.938,92	128.734,73	132.653,14	136.698,12

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

En la tabla 48 se presenta los gastos que se tendrá durante los cinco años de evaluación del proyecto.

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo general:

Obtener elementos de juicio necesarios para la toma de decisiones al momento de ejecutar, respecto a las condiciones que ofrece el entorno en el cual se desenvuelve.

4.1.2. Objetivos específicos:

- Analizar los resultados de una evaluación empresarial, para la toma de decisiones del inversionista sobre la ejecución o no del proyecto de inversión.
- Utilizar los indicadores que brindaran información necesaria para el análisis de las inversiones.
- Aplicar la evaluación económica, financiera y la evaluación del inversionista, para determinar la rentabilidad del proyecto.
- Identificar los elementos que conforman el Estado de Pérdidas y Ganancias, con el fin de proyectar las utilidades del proyecto.
- Analizar los flujos de fondos para el inversionista como para el proyecto en sí.

4.2. Balance de situación inicial

El Balance inicial para Pedreño es: “Al empezar el ejercicio, la empresa posee un determinado patrimonio. La composición de tal patrimonio es lo que se refleja en el balance de situación inicial de la empresa, que será el punto de partida del ciclo contable” (Pedreño, 2010 p. 91)

Los activos, pasivos y patrimonio del proyecto son:

Tabla 49. Balance general proyectado

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y equivalente del efectivo	9.564,76	5.964,85	28.829,19	51.904,17	73.791,59	96.458,40
Inventarios		16.027,20	16.544,88	17.079,28	17.630,94	18.200,42
ACTIVO NO CORRIENTE						
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	17.252,50	17.252,50	17.252,50	17.252,50	17.252,50	17.252,50
Depreciación de maquinaria y equipo		-1.480,50	-2.961,00	-4.441,50	-5.922,00	-7.402,50
MUEBLES Y ENSERES	1.225,70	1.225,70	1.225,70	1.225,70	1.225,70	1.225,70
Depreciación de muebles y enseres		-107,10	-214,20	-321,30	-428,40	-535,50
EQUIPO DE COMPUTACION	1.040,30	1.040,30	1.040,30	1.040,30	1.040,30	1.040,30
Depreciación de equipo de computación		-310,11	-620,22	-930,33	0,00	0,00
EQUIPO DE OFICINA	81,37	81,37	81,37	81,37	81,37	81,37
Depreciación equipo de oficina		-7,11	-14,22	-21,33	-28,44	-35,55
TOTAL ACTIVOS	29.164,63	39.687,10	61.164,30	82.868,86	104.643,56	126.285,14

PASIVO						
PASIVO CORREINTE						
PASIVOS NO CORRIENTES						
Préstamos bancarios a largo plazo	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Pago préstamo bancario		-2.441,69	-5.491,36	-9.300,40	-14.057,89	-20.000,00
TOTAL PASIVOS	20.000,00	17.558,31	14.508,64	10.699,60	5.942,11	0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL						
Capital social	9.164,63	9.164,63	9.164,63	9.164,63	9.164,63	9.164,63
UTILIDADES O PÉRDIDAS						
Utilidades o Pérdida del ejercicio		12.964,16	24.526,87	25.513,60	26.532,19	27.583,69
Utilidad o Pérdida años anteriores			12.964,16	37.491,03	63.004,63	89.536,82
TOTAL PATRIMONIO	9.164,63	22.128,79	46.655,66	72.169,26	98.701,45	126.285,14
RESERVA LEGAL						
PASIVO+PATRIMONIO	29.164,63	39.687,10	61.164,30	82.868,85	104.643,56	126.285,14

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Se estableció los activos, pasivos y patrimonio con el cual la empresa da inicio a sus actividades comerciales.

4.3. Balance de resultados

En este balance se incorporan todos los ingresos y egresos según Pedreño: “Al detraer de todos los ingresos generados en un determinado periodo (normalmente un año) todos los gastos producidos en el mismo, obtendremos el resultado de la empresa en el referido período” (Pedreño, 2010 p. 43)

Los ingresos y egresos del proyecto son:

Tabla 50. Estado de Resultado

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas camisas mangas largas	97.070,40	100.205,77	103.442,42	106.783,61	110.232,72
ventas camisas mangas cortas	47.174,40	48.698,13	50.271,08	51.894,84	53.571,04
Venta de inventarios		16.027,20	16.544,88	17.079,28	17.630,94
TOTAL INGRESOS	144.244,80	164.931,11	170.258,38	175.757,73	181.434,70
EGRESOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN					
MATERIA PRIMA	52.861,25	54.568,67	56.331,23	58.150,73	60.029,00
MANO DE OBRA	15.644,76	17.174,35	17.729,08	18.301,73	18.892,88
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICAC	31.026,78	32.028,95	33.063,48	34.131,43	35.233,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS	7.509,00	8.258,80	8.525,56	8.800,93	9.085,20
SERVICIO PUBLICO	385,63	398,09	410,95	424,22	437,92
GASTOS GENERALES	4.249,37	4.386,62	4.528,31	4.674,57	4.825,56
OTROS GASTOS ADMINITRATIVOS	2.420,50	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS VENTAS					
GASTOS DE VENTAS	679,80	701,76	724,42	747,82	771,98
OTROS GASTOS					
DEPRECIACIONES	1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71
UTILIDAD OPERACIONAL	27.543,00	45.489,16	47.020,63	48.601,57	50.233,56
GASTOS NO OPERACIONALES					
PAGO PRESTAMO	7.421,69	7.421,69	7.421,69	7.421,69	7.421,69
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	20.121,31	38.067,47	39.598,94	41.179,87	42.811,87
15% TRABAJADORES	3.018,20	5.710,12	5.939,84	6.176,98	6.421,78
UTILIDAD ANTE DE IMPUESTOS	17.103,11	32.357,35	33.659,10	35.002,89	36.390,09
22% IMPUESTO A LA RENTA	3.762,68	7.118,62	7.405,00	7.700,64	8.005,82
10% RESERVA LEGAL	376,27	711,86	740,50	770,06	800,58
UTILIDAD/PERDIDAD DEL EJERCICIO	12.964,16	24.526,87	25.513,60	26.532,19	27.583,69

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Se incluyeron los costos de producción, los gastos administrativos, los gastos de ventas y los gastos financieros

4.4. Flujo de efectivo

Mediante el flujo de efectivo se obtienen la liquidez que presentará la empresa durante los años de evaluación y para Cifuentes es: “El flujo de efectivo es un estado financiero que muestra los conceptos por los que varían la caja en un periodo determinado. Así como el estado de resultados refleja la rentabilidad de una empresa, el flujo de efectivo sirve para estudiar la caja o liquidez de una organización” (Cifuentes, 2005, p. 157)

Los resultados obtenidos en el proyecto fueron:

Tabla 51. Estado de Flujo de Efectivo (inversionista)

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas camisas mangas largas		97.070,40	100.205,77	103.442,42	106.783,61	110.232,72
ventas camisas mangas cortas		47.174,40	48.698,13	50.271,08	51.894,84	53.571,04
Venta de inventarios		0,00	16.027,20	16.544,88	17.079,28	17.630,94
TOTAL INGRESOS		144.244,80	164.931,11	170.258,38	175.757,73	181.434,70
EGRESOS						
MATERIA PRIMA		52.861,25	54.568,67	56.331,23	58.150,73	60.029,00
MANO DE OBRA		15.644,76	17.174,35	17.729,08	18.301,73	18.892,88
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		31.026,78	32.028,95	33.063,48	34.131,43	35.233,88
SUELDOS		7.509,00	8.258,80	8.525,56	8.800,93	9.085,20
SERVICIO PUBLICO		385,63	398,09	410,95	424,22	437,92
GASTOS GENERALES		4.249,37	4.386,62	4.528,31	4.674,57	4.825,56
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.420,50	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE VENTAS		679,80	701,76	724,42	747,82	771,98
DEPRECIACIONES		1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71
PAGO PRESTAMO		7.421,69	7.421,69	7.421,69	7.421,69	7.421,69
15% TRABAJADORES		3.018,20	5.710,12	5.939,84	6.176,98	6.421,78
22% IMPUESTO A LA RENTA		3.762,68	7.118,62	7.405,00	7.700,64	8.005,82
TOTAL EGRESOS		130.904,37	139.692,37	144.004,28	148.455,47	153.050,43
DEPRECIACIONES		1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71
INVERSIONES						
Activo Fijo	19.599,87					
Capital de Trabajo	9.564,76					
Prestamo	20.000,00					
FLUJO DE FONDOS	-(9.164,63)	15.265,14	27.163,44	28.178,81	29.226,97	30.308,98

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

La tabla 51 muestra el flujo de efectivo para el inversionista en el cual se han establecidos todos los ingresos y gastos. A continuación se presenta el flujo del proyecto:

Tabla 52. Estado de Flujo de Efectivo (proyecto)

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas camisas mangas largas		97.070,40	100.205,77	103.442,42	106.783,61	110.232,72
ventas camisas mangas cortas		47.174,40	48.698,13	50.271,08	51.894,84	53.571,04
Venta de inventarios		0,00	16.027,20	16.544,88	17.079,28	17.630,94
TOTAL INGRESOS		144.244,80	164.931,11	170.258,38	175.757,73	181.434,70
EGRESOS						
MATERIA PRIMA		52.861,25	54.568,67	56.331,23	58.150,73	60.029,00
MANO DE OBRA		15.644,76	17.174,35	17.729,08	18.301,73	18.892,88
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		31.026,78	32.028,95	33.063,48	34.131,43	35.233,88
SUELDOS		7.509,00	8.258,80	8.525,56	8.800,93	9.085,20
SERVICIO PUBLICO		385,63	398,09	410,95	424,22	437,92
GASTOS GENERALES		4.249,37	4.386,62	4.528,31	4.674,57	4.825,56
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.420,50	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE VENTAS		679,80	701,76	724,42	747,82	771,98
DEPRECIACIONES		1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71
15% TRABAJADORES		3.018,20	5.710,12	5.939,84	6.176,98	6.421,78
22% IMPUESTO A LA RENTA		3.762,68	7.118,62	7.405,00	7.700,64	8.005,82
TOTAL EGRESOS		123.482,68	132.270,68	136.582,59	141.033,78	145.628,74
DEPRECIACIONES		1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71	1.924,71
INVERSIONES						
Activo Fijo	19.599,87					
Capital de Trabajo	9.564,76					
FLUJO DE FONDOS	-(29.164,63)	22.686,83	34.585,13	35.600,50	36.648,66	37.730,67

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

En la tabla 52 se presenta el flujo de efectivo del proyecto.

4.5. Valor actual neto

“El valor actual neto de un proyecto de inversión se define como el valor actual de todos los flujos de caja generados por el proyecto de inversión menos el costo inicial necesario para la realización del mismo” (Díaz, 2005 p. 5)

Para el cálculo del VAN se utilizó la siguiente formula:

$$\text{VAN} = \frac{\text{FLUJOS}}{1/(1+i)^N}$$

A través de los flujos de fondos tanto para el inversionista como de proyecto se realizaron los respectivos cálculos. La tasa de oportunidad para la evaluación de ambos proyectos fue:

Tabla 53. Tasa de oportunidad

TASA INTERES PASIVA	5,11%	5,11%
RIESGO PAIS NOV-20-2013	535	5,35%
INFLACION DEL PAIS 2012	3,23%	3,23%
		13,69%

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Con el valor de la tasa de oportunidad se obtuvieron los siguientes resultados:

Para el inversionista:

$$VAN = \frac{(9.165)}{1/(1+0,1369)^0} + \frac{15.265}{1/(1+0,1369)^1} + \frac{27.163}{1/(1+0,1369)^2} + \frac{28.179}{1/(1+0,1369)^3} + \frac{29.227}{1/(1+0,1369)^4} + \frac{30.309}{1/(1+0,1369)^5}$$

$$VAN = \$ 68.524,35$$

Del proyecto:

$$VAN = \frac{(29.165)}{1/(1+0,1413)^0} + \frac{22.687}{1/(1+0,1413)^1} + \frac{34.585}{1/(1+0,1413)^2} + \frac{35.600}{1/(1+0,1413)^3} + \frac{36.649}{1/(1+0,1413)^4} + \frac{37.731}{1/(1+0,1413)^5}$$

$$VAN = \$ 73.511,82$$

Como se puede observar ambos cálculos dan resultados positivos, es decir que con financiamiento o sin financiamiento el proyecto es rentable.

4.6. Tasa interna de retorno

“La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto” (Díaz, 2005 p. 6)

En el respectivo cálculo de la TIR se utilizó la siguiente formula:

$$TIR = tm + (TM - tm) [VAN_{tm} / (VAN_{tm} - VAN_{TM})]$$

De igual forma que para la determinación del VAN se realizó los respectivos cálculos de la TIR tanto para el inversionista como para el proyecto, obteniendo los siguientes resultados:

Para el inversionista:

Tabla 54. Cálculo TIR (inversionista)

AÑOS	FLUJOS	TASA MENOR	TASA MAYOR
		185%	189%
0	(9.164,63)	(9.164,63)	(9.164,63)
1	15.265,14	5.356,19	5.282,05
2	27.163,44	3.344,22	3.252,29
3	28.178,81	1.217,27	1.167,43
4	29.226,97	443,00	418,98
5	30.308,98	161,19	150,34
		1.357,25	1.106,46

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Se utilizó la misma tasa de oportunidad que el VAN para realizar las actualizaciones de los flujos, obteniendo los siguientes resultados:

tm	1,85
TM	1,89
VAN tm	1.357,25
VAN TM	1.106,46

Con estos datos se aplicó la fórmula mencionada para el cálculo de la TIR, dando como resultado:

$$TIR = tm + (TM - tm) \left[\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right]$$

$$TIR = 206,65\%$$

Del proyecto:

Tabla 55. Cálculo TIR (proyecto)

AÑOS	FLUJOS	TASA MENOR	TASA MAYOR
		85%	89%
0	(29.164,63)	(29.164,63)	(29.164,63)
1	22.686,83	12.263,15	12.003,61
2	34.585,13	10.105,23	9.682,02
3	35.600,50	5.622,65	5.273,16
4	36.648,66	3.128,75	2.872,17
5	37.730,67	1.741,15	1.564,54
		3.696,30	2.230,87

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Los resultados fueron:

tm	0,85
TM	0,89
VAN tm	3.696,30
VAN TM	2.230,87

Aplicando la fórmula:

$$TIR = tm + (TM - tm) \left[\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right]$$

$$TIR = 95,09\%$$

En ambos cálculos la TIR resultante fue mayor a la tasa de oportunidad establecida para la actualización de los flujos.

4.7. Relación beneficio – costo

“Relaciona la utilidad neta anual promedio con la inversión promedio. Es el método que mejor se ajusta a la información facilitada por la contabilidad ya que utiliza el valor de la utilidad contable que resulta de los estados de resultados proyectados” (Espinoza, 2007 p. 129)

Para su respectivo cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$C/B = \frac{VAN}{Inversión}$$

Mediante la información de los flujos obtenidos se realizó la determinación de la relación costo beneficio, obteniendo los siguientes resultados:

Para el inversionista:

0	1	2	3	4	5
-9.164,63	15.265,14	27.163,44	28.178,81	29.226,97	30.308,98

Aplicando la fórmula:

C/B=	$\frac{68.524,35}{9.164,63}$
------	------------------------------

C/B=	7,48
------	------

Con este resultado se menciona que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 6,48 dólares de los Estados Unidos.

Del proyecto:

0	1	2	3	4	5
-29.164,63	22.686,83	34.585,13	35.600,50	36.648,66	37.730,67

Aplicando la fórmula:

$$C/B = \frac{73.511,82}{29.164,63}$$

$$C/B = 2,52$$

Resultado que indica, por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 1.52 dólares de los Estados Unidos.

En ambos cálculos se obtiene una rentabilidad, sin embargo para el inversionista existe un margen mayor de ganancias.

4.8. Período de recuperación

“Se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial de un proyecto” (Espinoza, 2007 p. 128)

En la obtención del periodo de la recuperación de la inversión se estableció la siguiente fórmula:

$$PRI = \frac{I - FAMI}{FAS} + AT$$

Para la obtención de los valores necesarios en el cálculo se utilizó el flujo de efectivo, en la actualización se determinó la misma tasa de oportunidad de anteriores cálculos. Los resultados fueron:

Para el inversionista:

Tabla 56. Cálculo período de recuperación (inversionista)

AÑOS	FLUJOS	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	(9.164,63)	(9.164,63)	(9.164,63)
1	15.265,14	13.426,98	4.262,36
2	27.163,44	21.015,53	25.277,88
3	28.178,81	19.175,90	44.453,79
4	29.226,97	17.494,22	61.948,01
5	30.308,98	15.957,32	77.905,33

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Los datos obtenidos fueron:

I	9.164,63
FAMI	4.262,36
FAS	27.163,44
AT	1

PRI

1 año
3 meses
4 días

Del inversionista:

Tabla 57. Cálculo período de recuperación (proyecto)

AÑOS	FLUJOS	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	(29.164,63)	(29.164,63)	(29.164,63)
1	22.686,83	19.954,99	(9.209,64)
2	34.585,13	26.757,46	17.547,83
3	35.600,50	24.226,42	41.774,25
4	36.648,66	21.936,58	63.710,83
5	37.730,67	19.864,76	83.575,59

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Los resultados fueron:

I	29.164,63
FAMI	17.547,83
FAS	35.600,50
AT	2

PRI	2 años
	3 meses
	27 días

4.9. Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero” (Foster, 2007 p. 65)

La fórmula empleada para realizar los cálculos del punto de equilibrio fue la siguiente:

$$PE (\$) = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS TOTALES}}$$

Los costos fijos fueron establecidos por los gastos administrativos, los gastos de venta y los gastos financieros, los valores fueron:

Tabla 58. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
SUELDOS	7.509,00
SERVICIOS PÚBLICO	385,63
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.249,37
OTROS GASTOS ADMINITRATIVOS	2.420,50
GASTOS DE VENTAS	679,80
PRESTAMO BANCARIO	7.421,69
TOTAL	22.665,99

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

Mientras que para establecer los costos variables se empleó los diferentes recursos para la producción de las camisas, obteniendo los siguientes valores:

Tabla 59. Costos variables

COSTO VARIABLE	
MATERIA PRIMA	52.861,25
MANO DE OBRA	15.644,76
CIF	31.026,78
TOTAL	99.532,79

Elaborado por: Diana Valle. Ma. Belén Wandember

El último dato necesario para el cálculo respectivo del punto de equilibrio fue el valor total de las ventas o ingresos siendo durante el primer año de 144244,80 dólares de los Estados Unidos.

Con la información obtenida se procedió a establecer el punto de equilibrio para el proyecto:

$$PE (q) = \frac{COSTOS FIJOS}{PRECIO DE VENTA - COSTO UNITARIO}$$

$$PE (q) = \frac{22.665,99}{24,75 - 17,45}$$

$$PE (q) = 3.107 \text{ unidades}$$

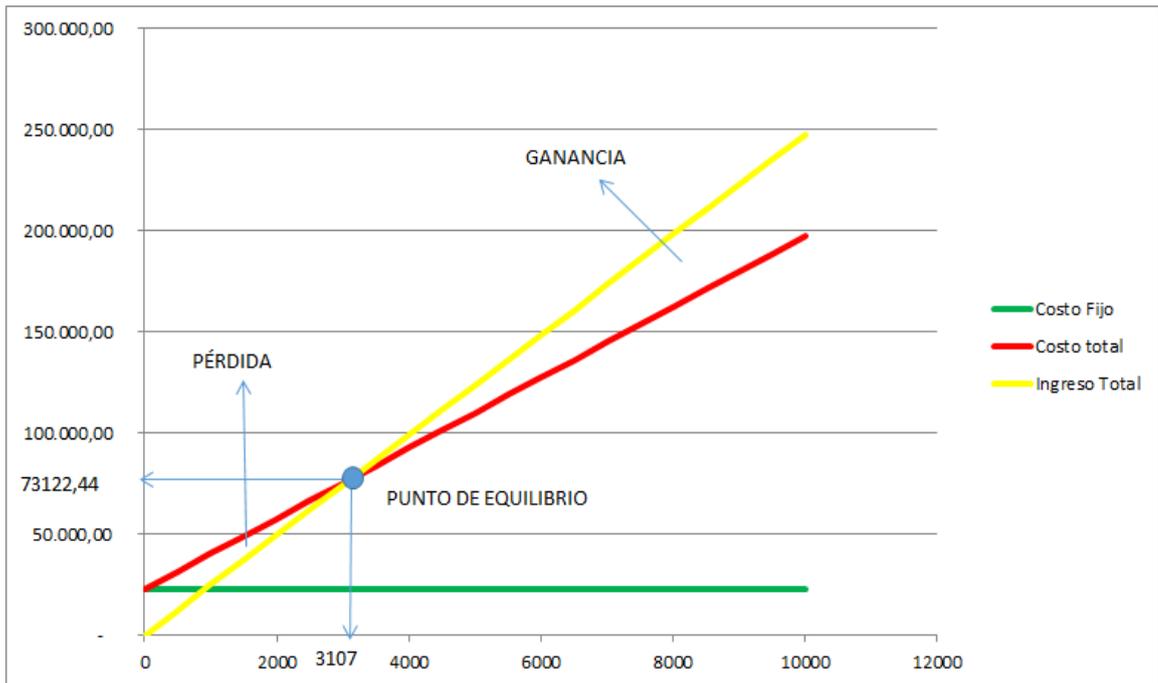
$$PE (\$) = 1 - \frac{COSTOS FIJOS}{COSTO VARIABLE VENTAS TOTALES}$$

$$PE (\$) = 1 - \frac{22.665,99}{99.532,79} = 1 - \frac{22.665,99}{144.244,80}$$

$$PE (\$) = \$ 73.122,44$$

Este valor nos indica que el punto de equilibrio se logra cuando las ventas realizadas llegan a ser de 73.122,44 dólares de los Estados Unidos y 3107 unidades, gráficamente se obtuvo los siguientes resultados:

Figura 19. Punto de equilibrio



Elaborado por: Diana Valle, Ma. Belén Wandember

CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad para la creación de una camisería ubicada en el sector de San Blas en la ciudad de Quito, se ha obtenido las siguientes conclusiones:

- Se pudo analizar que en la ciudad de Quito hay gran demanda de caballeros que en su vida cotidiana usan camisas ya sea para el uniforme de su trabajo, como para un evento social o un fin de semana, todo esto a través de la investigación de mercados.
- Se identificó las necesidades que poseen los caballeros mayores de 19 años en adelante al momento de vestir, tales como el precio, la calidad y el modelo, pero algo bastante destacable es la ventaja competitiva que ofrecería la empresa que es las camisas a la medida o el arreglo de las mismas al momento de la compra.
- Se identificó la demanda insatisfecha del producto y de esta manera se ha demostrado que es rentable realizar dicho proyecto, por lo que se podría concluir que existiría mucha aceptación del mismo en el mercado de la ciudad de Quito y por ende del país por representatividad.
- Se ha verificado la posibilidad técnica de fabricación de camisas para caballero, si se sigue estrictamente la planificación establecida.
- Se ha identificado además la localización óptima y técnica para la fabricación de camisas.
- Se ha desarrollado un diagrama para analizar cómo se encontrará distribuida la maquinaria en las cuales laboraran los obreros
- Se realizó un flujograma en el cual se describe el proceso productivo al momento de fabricar las camisas, lo cual es muy importante para determinar las reales necesidades de esta empresa.
- Se ha determinado además el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, y el costo total de la operación de la planta.
- También se ha hecho un análisis financiero en el que se ha demostrado la rentabilidad del proyecto y por tanto la factibilidad del mismo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa afiliarse a las agrupaciones textiles existentes, para la obtención de mejores beneficios, además que se podría obtener experiencias muy enriquecedoras por los años que están en el mercado muchas de estas empresas.
- Sería beneficioso con el tiempo elaborar también otros tipos de prendas para caballero y de esta forma aumentar la línea de productos empresariales.
- Establecer bonificaciones o incentivos a nuestros empleados fomentara un mejor ambiente de trabajo, y se conseguirá mayor compromiso con la empresa.
- Brindar constante capacitación a los empleados, será beneficioso para que al momento de realizar las prendas, tenga mejor calidad en cuestión de modelos, acabados y moda.
- Trabajar con materiales de la mejor calidad demostraran a los clientes que siempre se realizan un excelente trabajo y que se busca satisfacer las necesidades de los mismos en cuestión de tela, modelo y acabado.
- La realización de un plan de marketing y uno de publicidad es la base para una buena puesta en el mercado de los productos además que contribuirá en gran forma al posicionamiento de la misma.

LISTA DE REFERENCIAS

- BACA Urbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos; Cuarta edición; México; McGraw Hill. 2001.
- MENESES, Edilberto; Preparación y evaluación de proyectos.
- ZAPATA Sánchez Pedro C.P.A Contabilidad General, Editorial McGraw-Hill, Quinta Edición 2005.
- PORTER Michael. Estrategia Competitiva. Técnica para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia; Editorial Continenta; 2005.
- Chávez de Paz, Dennis, Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación jurídico social
- R.O. (2009). Art. 145 Sustituido por el Art. 10 de la Ley s/n. 591.