



POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-37-No.696-2017

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROYECTO DE DESARROLLO

TEMA:

PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE
VESTIR EN SAN FRANCISCO DE NATABUELA, CANTÓN
ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA

AUTOR:

STEFANY MARICRUZ SALAZAR TIXILIMA

DIRECTOR:

LUZ MARITZA PEÑA MONTENEGRO

QUITO – ECUADOR
2020

Autor:***Stefany Maricruz Salazar Tixilima***

Ingeniera Industrial

Candidata a Magíster en Administración de Empresas por la Universidad,
Mención Gestión de Proyectos por Politécnica Salesiana - Sede Quito.

stefysalazar92@gmail.com

Dirigido por:***Luz Maritza Peña Montenegro***

Master en Dirección Internacional de Empresas MBA Internacional

Ingeniera de Empresas

lpenam@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2020 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

SALAZAR TIXILIMA STEFANY MARICRUZ

**PROYECTO CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN SAN FRANCISCO DE
NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera especial a Dios y a la Santísima Virgen del Quinche, quienes con su bendición me han permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi querida madre Aida por ser siempre mi ejemplo de trabajo, sacrificio y perseverancia; y por ser la mujer a quien más amo y admiro en la vida.

A mi querido padre Rodrigo por todo su amor y por el apoyo incondicional que siempre me brindó durante cada etapa de mi vida. En el cielo eres mi ángel preferido.

A mi hermano Andy por ser mi más grande inspiración para superarme.

A mi esposo Stalin por ser mi apoyo y mi fortaleza en los momentos más duros de mi vida, por ofrecerme un amor sincero y ser mi compañero de vida.

Stefany Maricruz Salazar Tixilima

RESUMEN

En la actualidad, las medianas y grandes empresas dedicadas a la producción y comercialización de prendas de vestir en la provincia de Imbabura han optado por tercerizar parte de sus procesos productivos, principalmente en la confección de las prendas, subcontratando el servicio de maquilación a talleres ubicados en zonas aledañas. El sistema de maquila permite a las empresas evitar asumir costos de producción y de adquisición de infraestructura tecnológica, valores que quedan asociados al maquilador. En este sistema es una condicionante que los talleres posean su propia capacidad instalada, el trabajo es por destajo y existe ausencia de relación de dependencia entre los maquiladores y la empresa.

Por lo tanto, el presente trabajo se ha desarrollado con la finalidad de plantear una solución a la ausencia de seguridad laboral, crecimiento profesional y desarrollo empresarial de los maquiladores de prendas de vestir del sector en estudio, quienes por su experiencia y años de trabajo prestando servicios de maquilación ya disponen de la tecnología y mano de obra calificada para emprender un negocio propio que les permita mejorar sus condiciones laborales y de seguridad social.

Para el desarrollo del presente trabajo, en primera instancia, se realizó un estudio de mercado a fin de conocer la oferta y demanda de prendas de vestir que existe en Imbabura, y determinar la oportunidad de introducción y posicionamiento de la empresa en el mercado.

En el estudio técnico se determinó la capacidad y tamaño óptimo del proyecto de acuerdo al análisis de sus factores condicionantes; también se identificó el sitio más apropiado para la instalación y funcionamiento de la empresa a través de la aplicación de un método cualitativo para la localización de plantas. Asimismo se ha definido y modelado el proceso productivo, empleando flujogramas que permiten visualizar la interrelación de las áreas. Finalmente se efectuó un análisis organizacional, estableciendo la misión, visión, objetivos estratégicos y políticas de la empresa.

Para concluir, en el estudio económico se elaboró el estudio financiero y la evaluación económica del proyecto a fin de determinar la factibilidad de la inversión requerida.

PALABRAS CLAVE

Producción, comercialización, prendas de vestir, empresa, maquila.

ABSTRACT

At present it is evident that medium and large companies dedicated to the production and marketing of clothing in the province of Imbabura, have chosen to outsource part of their production processes, mainly the manufacture of garments, entrusting this work to workshops makeup located in surrounding areas. The maquila system allows companies to avoid assuming costs of production and acquisition of technological infrastructure, values that are associated with the maquiladora. In this system it is a condition that the workshops have their own installed capacity, the work is by piece and there is no dependency relationship between the maquiladores and the company.

Therefore, this work has been developed in order to propose a solution to the absence of job security, professional growth and business development of the garment maquiladores of the sector under study, who for their experience and years of work providing services They already have the technology and skilled labor to start their own business that allows them to improve their working and social security conditions.

For the development of this work, in the first instance, a market study was carried out in order to know the supply and demand of clothing that exists in Imbabura, and determine the opportunity for the introduction and positioning of the company in the market.

In the technical study the capacity and optimal size of the project were determined according to the analysis of its conditioning factors; The most appropriate site for the installation and operation of the company was also identified through the application of a qualitative method for the location of plants. The production process has also been defined and modeled, using flowcharts that allow visualizing the interrelation of the areas. Finally, an organizational analysis was carried out, establishing the mission, vision, strategic objectives and policies of the company.

To conclude, the financial study and the economic evaluation of the project were prepared in the economic study to determine the feasibility of the required investment.

KEYWORDS

Production, commercialization, clothing, company, maquila.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	I
RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1. DETERMINACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	1
1.1 Formulación del problema	1
1.2 Justificación teórica	3
1.3 Justificación práctica	4
1.4 Objetivos	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos	4
CAPÍTULO II	5
2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	5
2.1 Marco conceptual	5
2.2 Bases teóricas	8
2.3 Análisis crítico de las metodologías	10
CAPÍTULO III	11
3. MATERIALES Y METODOLOGÍAS	11
3.1 Unidad de análisis	11
3.2 Población, tamaño y selección de la muestra	11
3.3 Métodos empleados	13
3.4 Identificación de las necesidades de información	13
3.5 Técnicas de recolección de datos	14

3.6	Herramientas para el análisis e interpretación de la información.....	14
CAPÍTULO IV		15
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	15
4.1	Estudio de mercado	15
4.1.1	Identificación del bien o servicio	15
4.1.2	Aplicación de la encuesta.....	15
4.2	La demanda	34
4.2.1	Objetivos	35
4.2.2	Variables.....	35
4.2.3	Área de mercado.....	36
4.2.4	Comportamiento histórico de la demanda.....	36
4.2.5	Proyección de la demanda.....	37
4.3	La oferta	38
4.3.1	Listado de proveedores.....	38
4.3.2	Régimen del mercado.....	39
4.3.3	Variables de la oferta.....	39
4.3.4	Comportamiento histórico de la oferta.....	40
4.3.5	Proyección de la oferta.....	40
4.3.6	Determinación de la demanda insatisfecha	41
4.3.7	Determinación del mercado objetivo	41
4.4	Los precios	41
4.4.1	Precios existentes en el mercado.....	41
4.5	La comercialización	43
4.5.1	Selección de los canales de comercialización.....	43
4.5.2	Tipo de promoción y publicidad	43
4.6	Estudio Técnico	43

4.6.1	Estudio del Tamaño.....	43
4.6.2	Estudio de Localización	48
4.6.3	Ingeniería del Proyecto.....	50
4.6.4	Análisis Organizacional	57
4.6.5	Análisis legal	60
4.7	Estudio Económico	62
4.7.1	Estudio Financiero.....	62
4.7.2	Evaluación económica.....	72
CAPÍTULO V		76
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
5.1	Conclusiones.....	76
5.2	Recomendaciones.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Proyección de la población	38
Tabla 2 Proveedores de insumos para la confección	38
Tabla 4 Proyección de la oferta	41
Tabla 5 Precios promedio por tipo de prenda de vestir	42
Tabla 6 Tiempo de ciclo	44
Tabla 7 Producción mensual de prendas de vestir	44
Tabla 8 Método cualitativo por puntos para determinar la ubicación de la planta	50
Tabla 9 Descripción narrativa del subproceso adquisición de materia prima	52
Tabla 10 Descripción narrativa del subproceso de diseño de prendas.....	53
Tabla 11 Descripción narrativa del subproceso de corte de tela.....	54
Tabla 12 Descripción narrativa del subproceso de costura de prendas	55
Tabla 13 Descripción narrativa del subproceso de acabado y empaque.....	56
Tabla 14 Estructura funcional y operativa de la empresa	59
Tabla 15 Inversión activos fijos tangibles	63
Tabla 16 Inversión activos fijos intangibles	64
Tabla 17 Inversión total en activos fijos	64
Tabla 18 Detalle de depreciación y valor residual.....	64
Tabla 19 Detalle de amortización	65
Tabla 20 Costo de materia prima para producción mensual.....	65
Tabla 21 Costo de mano de obra.....	66
Tabla 22 Costos variables del proyecto	67
Tabla 23 Detalle de costos fijos	67
Tabla 24 Costo total de producción	68
Tabla 25 Capital de trabajo	68

Tabla 26 Inversión total requerida	69
Tabla 27 Fuentes de financiamiento del proyecto	69
Tabla 28 Detalle de la amortización del préstamo.....	69
Tabla 29 Resumen de amortización e interese del préstamo bancario	71
Tabla 30 Presupuesto de ingresos proyectado	71
Tabla 31 Presupuesto de costos y gastos proyectado.....	72
Tabla 32 Flujo de fondos del proyecto	72
Tabla 33 Estructura financiera de la empresa	74
Tabla 34 Cálculo del costo promedio ponderado	75

ÍNDICE DE LUSTRACIONES

Figura 1 Estilo de ropa adquirido con mayor frecuencia	16
Figura 2 Tipo de prenda de vestir casual más adquirido	16
Figura 3 Número de prendas de vestir adquiridos en cada compra	17
Figura 4 Rango de edad de clientes habituales	18
Figura 5 Frecuencia de pedidos para abastecimiento de local comercial	19
Figura 6 Abastecimiento con producción nacional o importada	20
Figura 7 Factores priorizado al elegir proveedores.....	21
Figura 8 Factores que causan disgusto con el proveedor actual	22
Figura 9 Nivel de aceptación de la nueva empresa.....	23
Figura 10 Expectativas sobre la nueva empresa	23
Figura 11 Género de los maquiladores sector Flores Vásquez	24
Figura 12 Frecuencia de capacitación.....	25
Figura 13 Años de experiencia de los maquiladores	26
Figura 14 Costos por servicios básicos – energía eléctrica.....	27
Figura 15 Apoyo económico brindado para reparación de maquinaria	28
Figura 16 Nivel de conformidad con la remuneración	29
Figura 17 Apoyo recibido en casos de accidentes de trabajo o enfermedades profesionales.....	30
Figura 18 Ventajas de la prestación de servicios de maquilación	31
Figura 19 Desventajas de la prestación de servicios de maquilación	32
Figura 20 Principal dificultad para asociarse.....	33
Figura 21 Principal beneficio de asociarse	34
Figura 22 Ubicación de la provincia de Imbabura.....	36
Figura 23 Diagrama de flujo del proceso productivo para la elaboración de prendas de vestir ...	51
Figura 24 Diagrama de flujo subproceso adquisición de materia prima	52

Figura 25 Diagrama de flujo del subproceso diseño de prendas	53
Figura 26 Diagrama de flujo del subproceso corte de tela.....	54
Figura 27 Diagrama de flujo del subproceso costura de prendas	55
Figura 28 Diagrama de flujo del subproceso acabado y empaque.....	56
Figura 29 Organigrama de la empresa	59

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, el sector textil y de la confección es considerado estratégico para el desarrollo económico, social y productivo, dado que éste representa el 6% de la producción industrial ecuatoriana y genera alrededor de 174.125 puestos de trabajo que corresponde al 21% de los que produce la industria manufacturera del país.

Según el último censo que realizó el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2010, en el Ecuador existe un total de 12.741 establecimientos (asociaciones, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas) dedicados a la fabricación de prendas de vestir, de los cuales 697 se encuentran localizados en la provincia de Imbabura.

En la actualidad las medianas y grandes empresas, en su mayoría, han optado por tercerizar la confección de las prendas de vestir, delegando este trabajo a pequeños talleres de maquiladores, para evitar asumir costos de adquisición de maquinaria y de producción.

Los maquiladores poseen amplios conocimientos del proceso productivo y cuentan con la tecnología y competencias necesarias para emprender un negocio propio. Por lo tanto, este proyecto se centra en proponer la creación de una microempresa de producción y comercialización de prendas de vestir en San Francisco de Natabuela, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

1. DETERMINACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

1.1 Formulación del problema

En el Ecuador, la industria textil y de confección representa uno de los pilares esenciales para el desarrollo económico, social y productivo. Las empresas afines a esta industria se han ubicado a lo largo de todo el territorio nacional; sin embargo, existen zonas donde se han concentrado la mayor cantidad de éstas, una de ellas es la ciudad de Atuntaqui que actualmente es considerada como uno de los centros de moda más importantes del país.

En esta ciudad, la mayor parte de las empresas dedicadas a la industria de la confección, con el fin de cumplir los plazos de entrega de los productos, encomiendan la maquila de las prendas de vestir a pequeños talleres localizados en zonas aledañas.

Las condiciones de la maquila se fundamentan en que los talleres posean sus propias máquinas de costura, trabajo por destajo y ausencia de relación de dependencia con la empresa. Además, que los maquiladores produzcan únicamente cuando la empresa lo requiere.

En este sentido, la situación problemática radica básicamente en que los maquiladores, pese a contar con los insumos necesarios para emprender, limitan su oportunidad de crecimiento y desarrollo empresarial dentro de este sector productivo; y a la vez no poseen condiciones laborales y de seguridad apropiadas, es decir, no están afiliados al seguro social ni reciben beneficios de ley. Por lo tanto, surge la necesidad de lograr independizar los servicios prestados y crecer socialmente como una empresa.

Con este antecedente, el problema se contextualiza de la siguiente manera:

¿La conformación de una empresa de producción y comercialización de prendas de vestir logra independizar los servicios prestados por los maquiladores y mejora sus condiciones empresariales y laborales en San Francisco de Natabuela, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura?

Los problemas específicos que surgen se detallan a continuación:

¿Con la creación de la empresa de producción y comercialización de prendas de vestir, los maquiladores contarán con una seguridad económica y condiciones laborales dignas?

¿Con la creación de la empresa de producción y comercialización de prendas de vestir, los maquiladores tienen oportunidad de crecimiento y desarrollo empresarial y profesional?

¿La asociación de los maquiladores, mediante la conformación de la empresa, permite aprovechar de mejor manera los recursos tecnológicos disponibles e incrementar la productividad?

1.2 Justificación teórica

El crecimiento y la reactivación económica del país es un tema que ha cobrado gran importancia en los últimos años. El Gobierno Nacional ha concentrado sus mayores esfuerzos en lograr este objetivo, definiendo y poniendo en marcha estrategias y planes de reactivación económica, enmarcados en los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo.

Según información presentada por Diario El Universo (2018) *“con 14 medidas en 4 ejes específicos, Lenin Moreno ofrece reactivar la economía en Ecuador”*, siendo uno de los ejes la reactivación productiva, misma que ofrece el fortalecimiento de las empresas del sector privado. Las medidas enfocadas a cubrir este eje plantean el apoyo que el Estado brindará a los emprendimiento, pues ratifica que el 70% del empleo en Ecuador es generado por pequeñas y micro empresas (Diario El Tiempo, 2017).

En nuestro país, la actividad manufacturera textil y de cuero representa el 6% de la producción industrial ecuatoriana; además tiene gran peso en el mercado laboral, generando alrededor de 174.125 puestos de trabajo que corresponde al 21% de los que produce la industria manufacturera del país. (EKOS NEGOCIOS, 2018).

En este sentido, es preciso mencionar que la propuesta de proyecto de creación de una empresa de producción y comercialización de prendas de vestir se considera un emprendimiento con el cual se busca generar fuentes de empleo dignas y seguras en la parroquia San Francisco de Natabuela y fortalecer la economía de la localidad.

Adicionalmente la investigación propuesta contribuye al cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo, en virtud de que está alineado al eje 2 *“Economía al Servicio de la Sociedad”*, objetivo 5 *“Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”*, política 5.2 *“Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación”*. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

1.3 Justificación práctica

La creación de la empresa de producción y comercialización de prendas de vestir en San Francisco de Natabuela, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura beneficia principalmente a los maquiladores de la zona, quienes tendrán la oportunidad de mejorar sus condiciones laborales y de seguridad social; además de lograr un crecimiento y desarrollo empresarial. Asimismo, este proyecto pretende a futuro generar fuentes de empleo en esta localidad.

En este sentido, es importante recalcar ciertos factores que tendrán influencia positiva y peso al momento de conformar la empresa, se trata de las competencias del personal y de la disponibilidad de tecnología, es decir, cada maquilador posee sus propias máquinas (recta, overlock, y recubridora); así como las habilidades y destrezas adquiridas durante los años que han prestado sus servicios de maquila en la confección de todo tipo de prendas de vestir.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir, conformada con el propósito de lograr independizar los servicios prestados por los maquiladores y mejorar sus condiciones empresariales y laborales en la parroquia San Francisco de Natabuela, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

1.4.2 Objetivos específicos

Ofrecer seguridad económica y condiciones laborales dignas a los maquiladores, mediante el cumplimiento de obligaciones patronales, beneficios de ley, estudios ergonómicos y de clima laboral.

Brindar oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional a los maquiladores, mediante capacitación continua e implementación de un plan de incentivos, con la finalidad de motivar el buen rendimiento y desempeño.

Asociar a los maquiladores, mediante la conformación de la empresa, con el objeto de aprovechar de mejor manera los recursos tecnológicos disponibles e incrementar su productividad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 Marco conceptual

La presente investigación se enfoca proponer la creación de una empresa de producción y comercialización de prendas de vestir para mejorar las condiciones laborales y de seguridad de los maquiladores. Por lo tanto, el marco conceptual se centra en definir los términos inherentes a esta temática.

Empresa

Entiéndase como empresa a una organización de personas que disponen infraestructura, equipamiento y el capital necesario para la creación y venta de un producto o la prestación de un servicio que satisfaga una necesidad y genere utilidad (Gil, 2007).

“La teoría tradicional de la economía definió a la empresa como un conjunto de recursos que se transforman en productos demandados por los consumidores” (Keat & Young, 2004). Uno de los objetivos de las empresas es generar una utilidad, es decir, el valor que se percibe con la diferencia entre los ingresos y los costos; lo cual es posible lograrlo cuando existe una adecuada administración y gestión.

Producción

Según Julio Anaya (2016), “la producción es todo proceso de transformación de unos recursos en bienes o servicios, mediante la aplicación de una determinada tecnología”.

Entre los recursos empleados para la producción podemos encontrar: materiales (materias primas o insumos), humanos (mano de obra directa o indirecta), capital (infraestructura física y tecnológica) y energéticos (Anaya, 2016).

Comercialización

La comercialización es una actividad que consiste en intercambiar productos o servicios con el objeto de satisfacer necesidades de los consumidores (Economía y negocios, 2015).

“Los canales de comercialización pueden ser considerados como un conjunto de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo” (Stern, El-Ansary, Coughlan, & Cruz, 1998).

Maquila

La maquila es considerada como una opción para que un productor encargue la elaboración de sus productos a un tercero, bajo las condiciones y especificaciones que éste imponga (Garza, 2015).

Por lo general, los productos más susceptibles de maquilar son: las prendas de vestir, calzado, alimentos, productos electrónicos, entre otros. En este contexto, se entiende como maquiladoras a empresas o conjunto de personas que “realizan la manufactura parcial, ensamblaje o empaque de un bien sin ser las fabricantes originales” (Balderas, 2017).

Condiciones laborales

También denominadas condiciones de trabajo, están relacionadas directamente con el entorno en el que los trabajadores desempeñan sus funciones, considerando aspectos: tecnológicos, ambientales, ergonómico, psicosociales, etc., los cuales afectan a su conducta, desarrollo y rendimiento (CSP GRUPO, 2018).

Según el Código del Trabajo (2005), “Los empleadores están obligados a asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no presenten peligro para su salud o su vida”.

Seguridad económica

“Es la capacidad que tienen las personas de disponer y usar de forma independiente una cierta cantidad de recursos económicos regulares y en montos suficientes para asegurar una buena calidad de vida” (Huenchuan & Guzmán, 2015).

Desarrollo profesional

“El desarrollo profesional es una fase del crecimiento personal que obedece a las necesidades de autosuperación que experimenta cada individuo” (Universidad de Champagnat - Licenciatura en RR.HH, 2001).

Según Nicolás Fernández (2002), “El desarrollo profesional es un esfuerzo organizado y formalizado que se centra en el desarrollo de trabajadores más capacitados”. El desarrollo de los trabajadores debe considerarse una prioridad para las empresas que buscan ser competitivas en un entorno globalizado.

Crecimiento profesional

El crecimiento profesional está ligado a la autorrealización que experimenta una persona cuando tiene la oportunidad de desempeñar una misión interesante y relevante en la empresa y tener éxito en la consecución de la misma (Mañé, 2012).

“El crecimiento profesional se refiere a la evolución positiva que tiene una persona, al hacer realidad sus aspiraciones profesionales y personales a través de la preparación y el desarrollo de competencias” (Revista Prensa Gráfica, 2017).

Asociación

“Organizaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción” (Asamblea Nacional Constituyente, 2011).

Recursos tecnológicos

Los recursos constituyen los bienes tangibles e intangibles y los mecanismos que son consumidos durante la prestación de un servicio y/o ejecución de un proceso, los cuales pueden ser: tecnológicos, materiales, financieros y talento humano (Secretaría Nacional de Administración Pública, 2016).

“Los recursos tecnológicos sirven para optimizar procesos, tiempos, recursos humanos; agilizando el trabajo y tiempos de respuesta que finalmente impactan en la productividad y muchas veces en la preferencia del cliente o consumidor final” (ALEGSA, 2010).

Productividad

“La productividad es la relación entre la cantidad de algo que hemos producido y la cantidad de recursos que hemos empleado para producirlo” (Grifol, 2016).

La productividad indica el uso eficiente que se hace de los factores de producción, evaluando la cantidad de bienes obtenidos según el número de personas, cantidad de materias primas, recursos y tiempo empleados (Gedesco, 2013).

2.2 Bases teóricas

Según Raúl Fernández (2003), el término maquila se origina en el medioevo español y se utilizó para describir “un sistema de moler el trigo en molino ajeno, pagando al molinero con parte de la harina obtenida”.

El sistema de maquila también fue utilizado en el siglo XIX, en la producción de azúcar en los ingenios de las Antillas, los colonos cultivadores de caña cobraban en azúcar el valor de los cultivos (Fernández R. , 2003).

El autor Fernández (2013), en su artículo “El espejismo de las maquilas” menciona que la estirpe feudal y semifeudal reformó el uso de este término para referirse a plantas de ensamblaje, en las cuales se aprovechan de las infortunadas condiciones laborales existentes en los países dominados.

En la segunda mitad del siglo XX, el comercio mundial tuvo un dramático y acelerado crecimiento. Las empresas buscaban ser competitivas y diferenciarse unas de otras a través de la ventaja comparativa, que implica producir bienes o servicios con costos de producción más bajos (Mattus, 2012).

En este sentido, la industria maquiladora surge en México en el año de 1964, luego de la finalización del “Programa Bracero” firmado entre los gobiernos de Estados Unidos y México, que básicamente consistía en que millones de mexicanos ingresaran a Norteamérica a cubrir sus necesidades de mano de obra en los campos agrícolas (Mattus, 2012).

El gobierno mexicano a fin de impulsar el desarrollo de la región fronteriza del país, implementa el “Programa Nacional de Desarrollo Fronterizo” con el cual abre la oportunidad a los empresarios estadounidenses de instalar plantas industriales en las ciudades de la frontera norte del país y utilizar mano de obra mexicana, con la condición de que los productos regresen al lugar de origen para su comercialización (Mattus, 2012). Este programa dio origen a la industria maquiladora de exportación en el año de 1965 en la ciudad de Tijuana.

Según Roberto Mattus (2012), “Las empresas maquiladoras se responsabilizan de crear fuentes de empleo, fortalecer la balanza comercial del país, a través de una mayor aportación neta de divisas; contribuir a una mayor integración ínter industrial y coadyuvar a incrementar la competitividad internacional de la industria nacional y la capacitación de los trabajadores; así como impulsar el desarrollo y la transferencia de tecnología en el país”.

El autor Alfredo Tay (2003), en su tesis profesional para la obtención del título en Licenciatura en Relaciones Internacionales, menciona que maquila se refiere a una práctica de encargar a un tercero la ejecución de un subproceso o cierta parte de un proceso productivo, tal como la confección o ensamblaje de productos. Además, manifiesta que este sistema de producción asume una variedad de nombres en distintos países: zonas libres (Costa Rica, Honduras, Uruguay, Venezuela, Trinidad y Tobago, Irlanda, etc.), maquiladoras (El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Panamá), zonas económicas especiales (China), zonas libres industriales (Camerún, Colombia, Ghana, Madagascar, República Árabe, Siria y Jordania); entre otros.

Entre los años de 1960 y 1980, en los países asiáticos se desarrolla la producción en zonas francas para la exportación, es decir, empresas multinacionales textiles se trasladan a países como: India, China, Hong Kong, Singapur, Corea del Sur, entre otros; e instalan sus filiales en estas zonas con ciertos privilegios (EduAlter, s.f.).

En estos países, las maquilas buscan mano de obra femenina, joven, sin experiencia y con poca formación profesional, características que dan lugar a la explotación de la mujer, otorgándoles salarios bajos y exigiéndoles largas horas de trabajo; muchas veces incluso se produce violencia sexual, física, psicológica o verbal. En este sentido, la fuerza laboral femenina ha optado por el trabajo a domicilio, lo que supone un ahorro para el empresario al evitarse el pago de seguros sociales, servicios básicos de fábrica, contratos, etc. (EduAlter, s.f.).

2.3 Análisis crítico de las metodologías

Con base en el análisis de los enfoques adoptados por los diversos autores se considera que la industria de la maquilación, a lo largo de la historia, ha tenido sus puntos positivos y negativos.

En lo referente a aspectos positivos sobresale el crecimiento económico de los países, la evolución tecnológica y la generación de fuentes de empleo. Sin embargo, en torno a este último se centran los aspectos negativos, entre los que se puede citar la explotación de los trabajadores en términos salariales, de seguridad social, riesgos del trabajo, entre otros.

No obstante, pese a las críticas que se han desarrollado en relación al modelo de maquilación de productos, especialmente en lo que se refiere a la explotación de capital humano, son muchos los países que se han adaptado y practican este tipo de industrialización.

Las plantas maquiladoras más grandes se encuentran en países norteamericanos o son de propiedad coreana y taiwanesa; éstas producen bajo contrato para las grandes tiendas, empresas y marcas de los Estados Unidos y Europa. En América Latina, en países como México, República Dominicana, Honduras, Costa Rica, El Salvador y Paraguay, las maquilas adquieren una creciente importancia.

CAPÍTULO III

3. MATERIALES Y METODOLOGÍAS

3.1 Unidad de análisis

Para fines de la presente investigación se determinó como unidad de análisis a los locales comerciales de venta al por mayor y menor de artículos textiles y prendas de vestir de la provincia de Imbabura a fin de identificar la aceptación que tendrá la empresa en el mercado y de levantar las expectativas, gustos y preferencias de los clientes potenciales.

Además, se consideró como otra unidad de análisis a los maquiladores del sector Flores Vásquez de la parroquia San Francisco de Natabuela con el objeto de identificar sus necesidades de crecimiento y desarrollo empresarial, seguridad económica; y expectativas en relación a condiciones laborales.

3.2 Población, tamaño y selección de la muestra

Como población objeto de estudio se consideró a la totalidad de locales comerciales de venta al por mayor y menor de artículos textiles y prendas de vestir que existen en la provincia de Imbabura.

De acuerdo a esto, en primera instancia se realizó una recopilación de información, tomándola de la base de datos de los resultados del Censo Nacional Económico efectuado por el INEC en el año 2.010.

Según este censo, en el año 2010 existieron en Imbabura un total de 1.017 locales comerciales destinados a la venta de ropa. Al proyectar este número hasta la actualidad, empleando una tasa de crecimiento empresarial promedio anual de 5,33% se obtiene que el total de establecimiento comerciales es de 1.583 (INEC, 2017).

Por lo tanto, este valor corresponde a la población en la cual se centra el estudio.

El tamaño de la muestra se obtuvo a través de la aplicación de la fórmula estadística para el cálculo de muestra en universos finitos, utilizando un margen de error del 5% y una confiabilidad del 95%.

$$\frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

- n = tamaño de muestra.
- N = tamaño de la población.
- σ = desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- Z = valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante, se lo toma en relación al 95% de confianza que equivale a 1,96.
- e = límite aceptable de error muestral 0,05.

$$n = \frac{1.583(0,5)^2(1,96)^2}{(1.017 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = 309$$

De acuerdo a los cálculos realizados se determinó que deben aplicarse un total de 309 encuestas.

Por otra parte, en relación a la encuesta dirigida a los maquiladores se determinó que no es precisa la aplicación de fórmulas estadísticas para el cálculo del tamaño muestral, sino que los cuestionarios serán aplicados a la totalidad de personas que prestan el servicio de maquila en el sector Flores Vásquez, es decir, 13 personas.

3.3 Métodos empleados

En la etapa inicial de desarrollo del presente trabajo se empleó un método de investigación documental con el objeto de levantar información secundaria para construir el marco conceptual y las bases teóricas que sustentan la presente investigación.

A continuación de la investigación documental se realizó una investigación de tipo descriptivo a fin de narrar la problemática existente, comprender mejor el objeto de estudio e identificar y justificar los hechos que motivan el desarrollo este trabajo.

La investigación descriptiva ha permitido puntualizar las características de la población analizada e indagar entre sus preferencias, necesidades, expectativas y gustos respecto a un producto, en este caso prendas de vestir, a fin de determinar la factibilidad de la conformación de la empresa.

Sin embargo, la investigación no se limitó exclusivamente a ser de tipo descriptivo en razón de que ciertos aspectos demandaron una investigación explicativa, es decir, fue imprescindible explicar y detallar el cómo y el por qué algunos factores inciden en la creación de la empresa.

Adicionalmente, la investigación tiene componentes cualitativos y cuantitativos para una mejor comprensión.

3.4 Identificación de las necesidades de información

Con el propósito de favorecer el logro de buenos resultados en la presente investigación se recolectó información de fuentes primarias y secundarias.

Primarias: Se obtuvo información a través de la aplicación de encuestas dirigidas a los locales comerciales de venta de prendas de vestir al por mayor y menor; y a los maquiladores del sector Flores Vásquez de la parroquia San Francisco de Natabuela.

Secundarias: Se levantó información basada en artículos de prensa, artículos científicos, libros, revistas, sitios web, entre otros.

3.5 Técnicas de recolección de datos.

Para la recolección de información se utilizó una encuesta orientada a conocer la aceptación que tendría en el mercado una nueva empresa de producción de ropa; además de las preferencias y gustos de la población con relación a prendas de vestir.

Asimismo, se aplicó otra encuesta dirigida a los maquiladores con la cual se recopiló información sobre sus necesidades en relación a estabilidad, condiciones laborales, seguridad social, oportunidades de crecimiento, desarrollo profesional, etc.

La encuesta dirigida a los locales comerciales fue aplicada presencialmente y de una manera aleatoria simple; mientras que la encuesta para los maquiladores fue aplicada a través de la herramienta Google Docs.

3.6 Herramientas para el análisis e interpretación de la información.

Los resultados de la encuesta dirigida a los locales comerciales fueron procesados en la herramienta de cálculo Excel, donde se realizaron los gráficos respectivos para su posterior análisis.

Por otra parte, la información recolectada mediante la aplicación de la encuesta dirigida a los maquiladores fue procesada automáticamente por la herramienta Google Docs.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Estudio de mercado

Este estudio permite conocer la aceptación que tendrá la nueva empresa en el mercado y las características del producto que buscan los clientes potenciales.

4.1.1 Identificación del bien o servicio

La empresa producirá y comercializará prendas de vestir casuales para damas y caballeros, en diferentes tallas y materiales, de acuerdo a los requerimientos del cliente. Entre las prendas podremos encontrar blusas, camisetas, buzos, vestidos, leggings, entre otros.

4.1.2 Aplicación de la encuesta

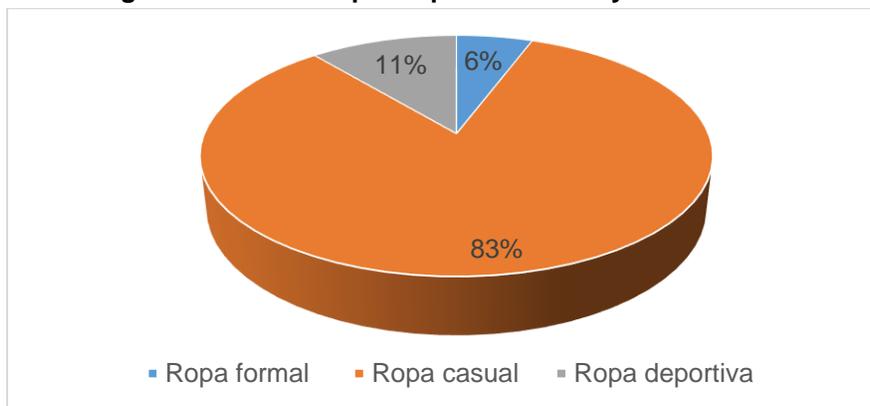
En esta sección se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos tras la aplicación de las encuestas a la población en estudio y a los maquiladores de la zona.

4.1.2.1 Encuesta de estudio de mercado para la población

Para realizar el estudio de mercado dirigido a la población se aplicó encuestas, el cuestionario utilizado contiene 10 preguntas de opción múltiple enfocadas en obtener información sobre la aceptación que tendrá en el mercado una nueva empresa de producción de ropa; y sobre los gustos y preferencias de los consumidores en relación a prendas de vestir. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Pregunta 1.- ¿Cuál es el estilo de ropa que los clientes compran con mayor frecuencia?

Figura 1 Estilo de ropa adquirido con mayor frecuencia



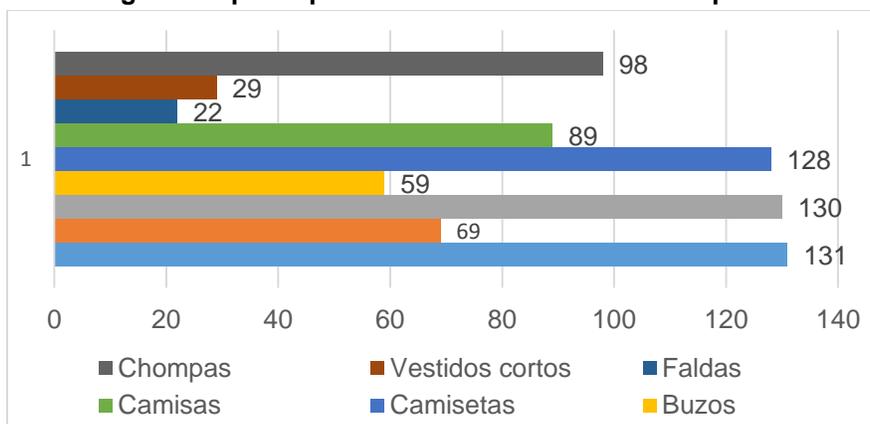
Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Elaborado por: Stefany Salazar

El 83% de encuestados manifiesta que el estilo de ropa que los clientes compran con mayor frecuencia es el casual. El 11% expresa que la gente prefiere la ropa deportiva y tan solo el 6% afirmar que se vende más ropa formal.

Este resultado permite identificar que la mayoría de la población prefiere ropa casual, lo cual puede adjudicarse principalmente a la comodidad y elegancia que este tipo de ropa proyecta para lucir en cualquier ocasión.

Pregunta 2.- En relación a ropa casual, ¿Cuál es el tipo de prenda que más adquieren los clientes?

Figura 2 Tipo de prenda de vestir casual más adquirido



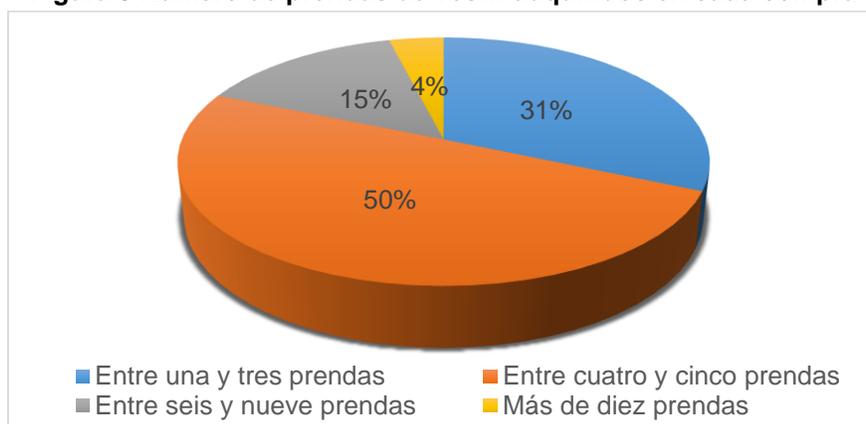
Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Elaborado por: Stefany Salazar

De acuerdo a los resultados obtenidos se aprecia que las prendas de vestir casuales más demandadas son las leggings, blusas holgadas y camisetas con un promedio de 130 encuestados que plasmaron la aceptación que tienen los clientes hacia estas prendas, seguido se encuentran las chompas, camisas, blusas ceñidas y los buzos. Además, es posible observar que las prendas de vestir de menor demanda son las faldas y los vestidos cortos.

Los resultados obtenidos sobre las preferencias de la población con respecto a prendas de vestir están directamente relacionados con el segmento de mercado al cual está dirigido el producto, es decir, se ratifica que los habitantes de la serranía ecuatoriana prefieren adquirir ropa más reservada y discreta.

Pregunta 3.- ¿Aproximadamente cuántas prendas de vestir adquieren los consumidores en cada compra?

Figura 3 Número de prendas de vestir adquiridos en cada compra



Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Elaborado por: Stefany Salazar

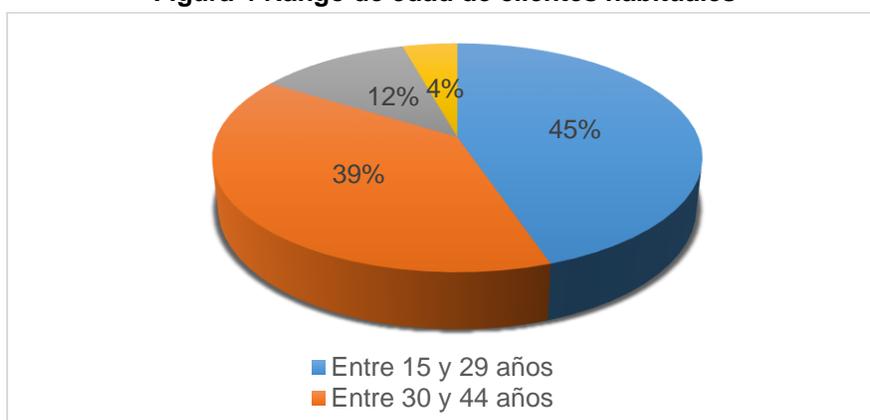
El 50% de encuestados afirma que los clientes adquieren en cada compra entre cuatro y cinco prendas de vestir, seguido de un 31% que asegura que compran entre una y tres prendas. Además, es posible observar que existe un 15% que sostiene que sus clientes adquieren entre seis y nueve prendas en cada visita al local comercial, y un 4% que menciona que los consumos son mayores a diez prendas.

Estos resultados permiten identificar la demanda de prendas de vestir en la provincia de Imbabura; asimismo, determinar que el mercado de comercialización de estos productos no se encuentra saturado, lo que evidencia la posibilidad para apertura de nuevos negocios.

En este aspecto, se considera importante mencionar que el negocio de la fabricación y venta de prendas de vestir es un mercado que está creciendo constantemente debido al incremento de la población, la misma que requiere satisfacer sus necesidades básicas como la vestimenta.

Pregunta 4.- ¿Entre qué rango de edad se ubican sus clientes habituales?

Figura 4 Rango de edad de clientes habituales



Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Elaborado por: Stefany Salazar

Para el 45% de encuestados, los clienes habituales se ubican en el rango de edad comprendido entre 15 y 29 años, seguido del 39% que sostiene que sus clientes recurrentes se encuentran en edades de 30 y 44 años; asímismo, se observa un 12% que asegura que sus clientes habituales tienen entre 45 y 59 años. Finalmente se aprecia un pequeño porcentaje 4% que asegura que la mayor porporción de su cartera de clientes corresponde a personas mayores de 60 años.

Este resultado permite evidenciar que la población más joven de la provincia de Imbabura es quien adquiere mayor cantidad de prendas de vestir.

Pregunta 5.- ¿Con qué frecuencia realiza pedidos de ropa a las empresas productoras para abastecer su local?

Figura 5 Frecuencia de pedidos para abastecimiento de local comercial



Fuente: Encuesta de estudio de mercado

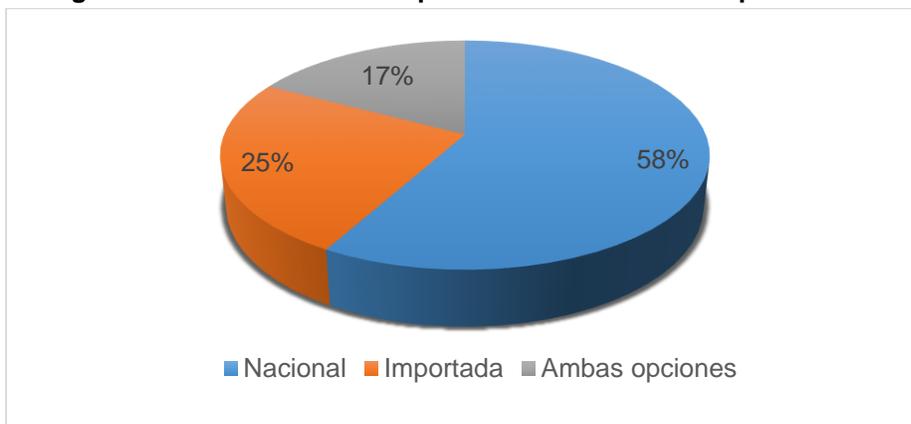
Elaborado por: Stefany Salazar

El 40% de la muestra encuestada afirma que adquiere prendas de vestir para abastecer su local por lo menos una vez al mes. Esta proporción está seguida por un 38% de encuestados que asegura abastecerse por lo menos una vez cada 3 meses. También es posible observar un porcentaje de 17% que corresponde a aquellos encuestados que manifiestan realizar compras de prendas para abastecimiento de locales comerciales por lo menos una vez al semestre; y un 5% que realiza esta acción sólo cuando realmente lo necesita.

Este resultado permite ratificar que el mercado de las prendas de vestir crece constantemente conforme incrementa la población y siempre existe demanda de productos, sea por necesidad, por satisfacer gustos o por adaptarse a las nuevas tendencias de la moda.

Pregunta 6.- ¿Adquiere prendas de vestir nacionales o importadas?

Figura 6 Abastecimiento con producción nacional o importada



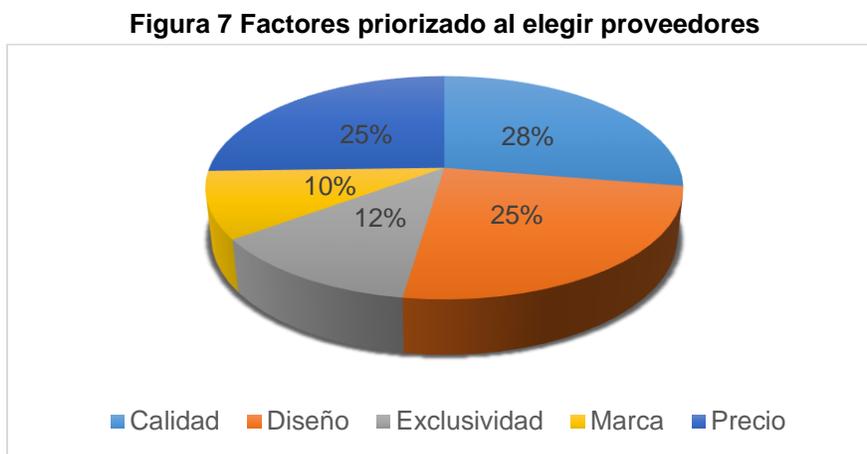
Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Elaborado por: Stefany Salazar

Se observa que el 58% de los locales donde se aplicó la encuesta adquiere prendas de vestir nacionales para comercializarlas, el 25% adquiere ropa importada y el 17% se abastece de ambas opciones.

Con base en este resultado es posible concluir que en esta provincia existe preferencia por la producción nacional de prendas de vestir y se contribuye al desarrollo local. Este favoritismo está ligado a que en Imbabura se encuentra la ciudad considerada como el centro de moda más importante del país, lo que posibilita a los locales comerciales la adquisición de prendas de calidad, con diseños innovadores y a precios competitivos para su comercialización.

Pregunta 7.- ¿Qué factor prioriza a la hora de elegir un proveedor de prendas de vestir? Marque la opción más importante.



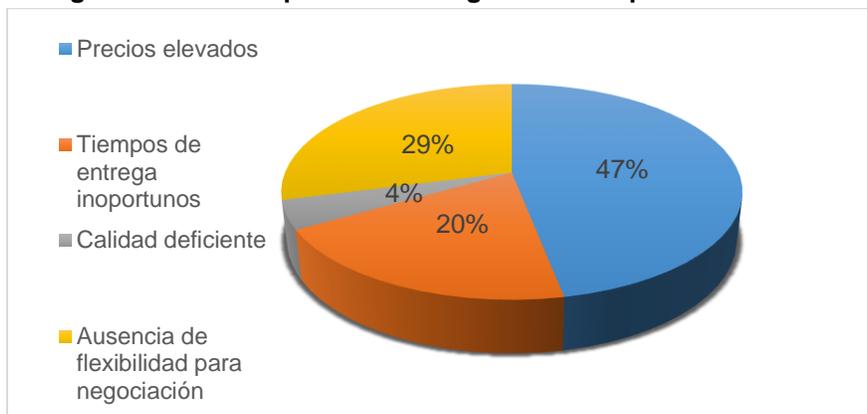
Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Elaborado por: Stefany Salazar

Con un 28% la calidad es el factor que mayor importancia tiene al momento de elegir un proveedor de prendas de vestir para abastecer un local comercial; seguido por el diseño y precio, ambos con un porcentaje de 25%. En proporciones más bajas 12% y 10% se observa a los factores exclusividad y marca respectivamente.

En relación a este ítem es importante mencionar que la imagen y prestigio de los locales comerciales depende de los productos que ofrecen a sus clientes; por lo tanto, siempre buscan adquirir prendas de calidad y a precios asequibles para el consumidor.

Pregunta 8.- ¿Qué es lo que le disgusta de su proveedor actual de prendas de vestir?

Figura 8 Factores que causan disgusto con el proveedor actual



Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Elaborado por: Stefany Salazar

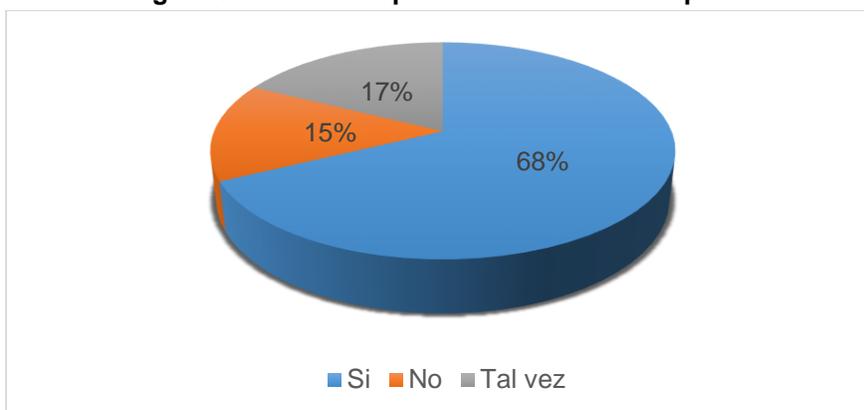
El 47% de los encuestados menciona que el factor que más le disgusta de su proveedor actual de prendas de vestir es el precio elevado de los productos, seguido encontramos que el 29% se siente inconforme con la ausencia de flexibilidad para negociación. También es posible observar que el 20% de encuestados muestra inconformidad con los tiempos de entrega de los productos y un mínimo 4% se muestra insatisfecho con la calidad.

Este resultado permite evidenciar la importancia que tiene el precio de los productos al momento de seleccionar un proveedor. Dado que, en la actualidad las personas prestan más interés en el cuidado de sus finanzas, los locales comerciales dedicados a la venta de ropa buscan proveedores que les suministren productos de calidad y a precios competitivos para tener la posibilidad de plantear ofertas que activen el consumo.

Por lo tanto, se concluye que la oportunidad de la empresa para introducirse y posicionarse en el mercado gira en torno a los precios competitivos de los productos y a su capacidad de negociación.

Pregunta 9.- ¿Compraría los productos elaborados por una nueva empresa?

Figura 9 Nivel de aceptación de la nueva empresa



Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Elaborado por: Stefany Salazar

De acuerdo al gráfico se evidencia que la aceptación que tendría la nueva empresa de producción y comercialización de prendas de vestir en el mercado es de 68%, porcentaje que podría incrementar si se establecen estrategias comerciales que logren persuadir e incidir positivamente en el 17% de encuestados que se mantuvieron neutrales.

Pregunta 10.- ¿Qué esperaría de esta nueva empresa?

Figura 10 Expectativas sobre la nueva empresa



Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Elaborado por: Stefany Salazar

El 36% de encuestados menciona que esperaría que la empresa ofrezca productos a precios asequibles, el 33% espera el cumplimiento de requisitos y características del producto, y el 31% espera la entrega oportuna de las prendas de vestir.

Al observar porcentajes muy similares en este ítem se puede concluir que las expectativas que tienen los locales comerciales sobre la nueva empresa dependen de sus políticas internas y de lo quieren proyectar hacia sus clientes.

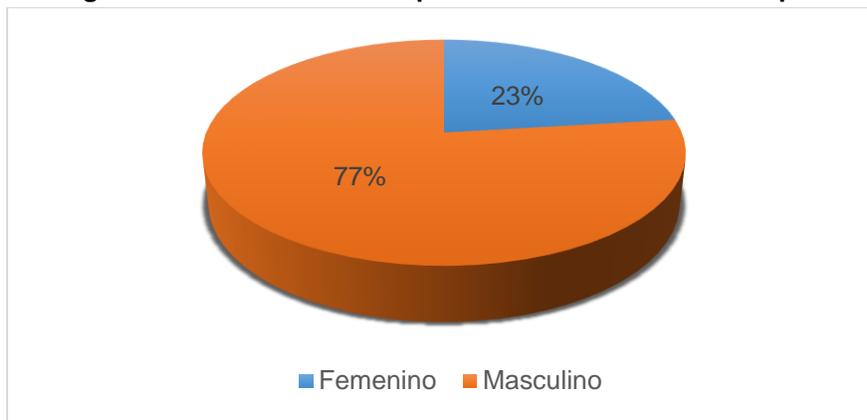
5.1.2.2 Encuesta de diagnóstico de necesidades de los maquiladores

Para identificar las necesidades relativas a las condiciones laborales y de seguridad social de los maquiladores; así como al crecimiento y desarrollo empresarial anhelado, se aplicó encuestas a 13 personas que prestan servicios de maquilación de prendas de vestir en el sector Flores Vásquez de la parroquia San Francisco de Natabuela. El cuestionario empleado contiene 10 preguntas de opción múltiple.

A continuación, se presentan los resultados junto con su respectivo análisis e interpretación.

Generalidades

Figura 11 Género de los maquiladores sector Flores Vásquez



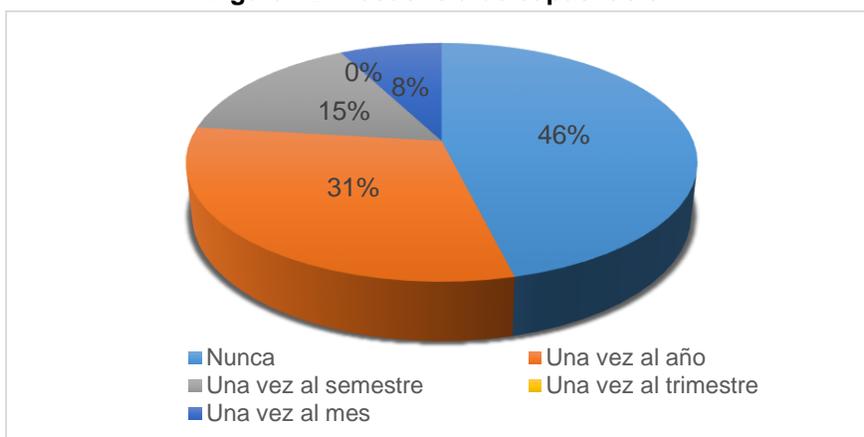
Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

El gráfico muestra que el mayor porcentaje de personas dedicadas a la maquilación de prendas de vestir en el sector Flores Vásquez de la parroquia San Francisco de Natabuela son mujeres, evidenciando de esta manera que el género femenino predomina en la ejecución de esta actividad.

Este resultado se fundamenta en que durante años se ha contextualizado a la actividad textil, específicamente a la confección de ropa, como un trabajo de mujeres para mujeres. Por lo tanto, manteniendo esa ideología el género masculino de la parroquia se dedica a otras actividades, tales como la agricultura.

Pregunta 1.- ¿Con qué frecuencia usted recibe capacitación por parte de la empresa a la que presta sus servicios?

Figura 12 Frecuencia de capacitación



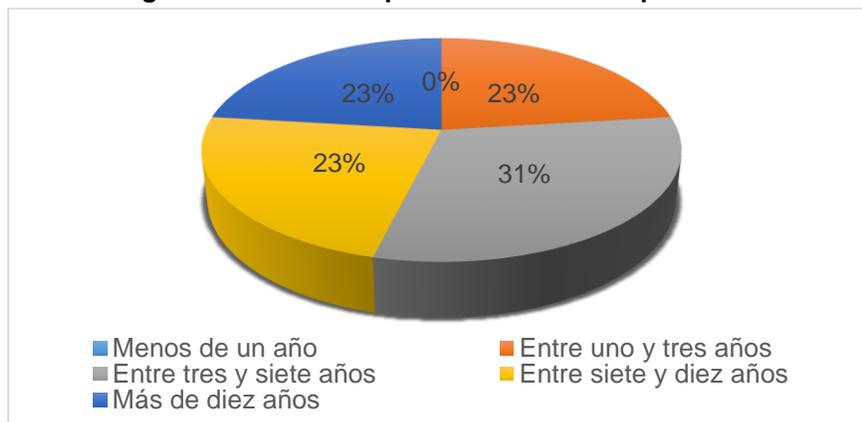
Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

El 46% de encuestados asegura que las empresas a las cuales prestan sus servicios nunca les ha brindado capacitación formal. Sin embargo, el 31% de los maquiladores afirma que por lo menos una vez al año son capacitados. Adicionalmente, es posible evidenciar que el 15% declara recibir capacitación por parte de la empresa al menos una vez al semestre. Un porcentaje más bajo 8% manifiesta ser capacitado una vez al mes.

En este sentido, cabe mencionar que las personas que prestan los servicios de maquila no están vinculadas a la empresa; por lo tanto, no existe el suficiente interés por parte de los empresarios hacia los maquiladores, dejándose a un lado este factor que es de suma importancia para reforzar conocimientos y lograr el aprendizaje de nuevas técnicas para la confección, encaminadas a reducir errores y evitar reprocesos.

Pregunta 2.- ¿Cuántos años de experiencia laboral tiene usted en el sector de la manufactura de prendas de vestir?

Figura 13 Años de experiencia de los maquiladores



Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

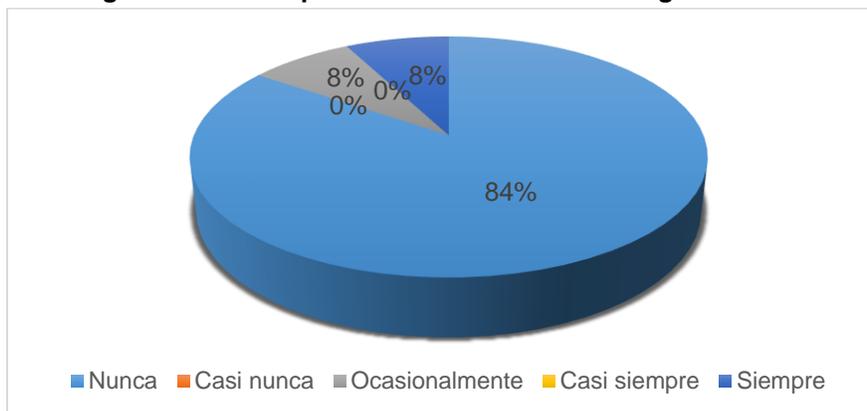
En relación a los años de experiencia que los encuestados llevan trabajando en el sector de la confección de prendas de vestir, la gráfica muestra resultados variados. El mayor porcentaje 31% se sitúa entre tres y siete años, seguido de las opciones más de diez años, entre siete y diez años; y entre uno y tres años con el 23%. Adicionalmente, es posible observar que un 0% respondió que tiene menos de un año de experiencia en este sector.

En la actualidad, el talento humano de una empresa y su know how constituye un factor clave para el desarrollo organizacional. Por lo tanto, siendo el objetivo principal de todas las empresas crecer y ser competitivas para mejorar su posición en el mercado, cada vez se otorga mayor importancia a los procesos de contratación y selección de personal a fin de incorporar al equipo de trabajo a personas comprometidas que cuenten con las competencias necesarias para el desarrollo de los procesos.

Con esta premisa y con base en el resultado obtenido se ratifica que es posible independizar la prestación de los servicios de maquilación y emprender un negocio propio con la asociación de los maquiladores, pues éstos poseen los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para el óptimo desarrollo de la producción de prendas de vestir.

Pregunta 3.- ¿La empresa le reconoce el valor gastado por servicios básicos, en lo que se refiere a energía eléctrica, a causa de la confección de las prendas de vestir desde su hogar?

Figura 14 Costos por servicios básicos – energía eléctrica



Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

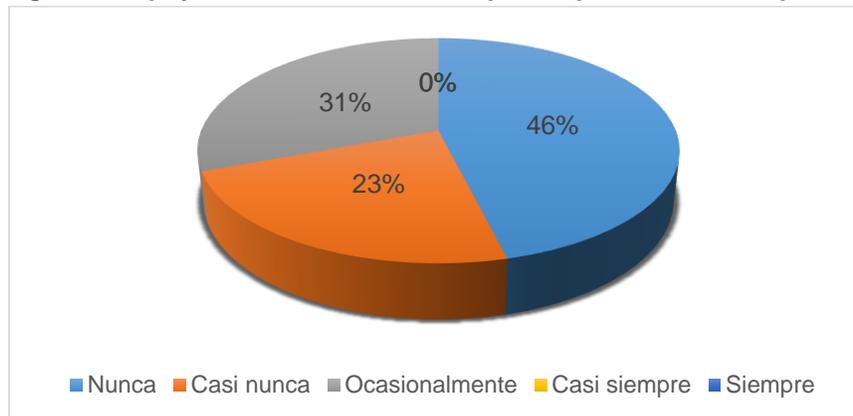
Un elevado porcentaje de encuestados 84% sostiene que la empresa nunca le reconoce el valor gastado por servicios básicos, específicamente por el consumo de la energía eléctrica requerida para la confección de las prendas de vestir. Sin embargo, existe un 8% que asegura ocasionalmente haber recibido reconocimiento por este gasto, y un porcentaje similar manifiesta que la empresa siempre retribuye el valor gastado en este recurso.

El sistema de maquila se considera una alternativa para lograr que las empresas produzcan a bajos costos, la condición principal para su aplicación se enfoca en que los talleres maquiladores empleen su propia capacidad instalada y procesos productivos para la fabricación de las prendas de vestir.

Esta condicionante conlleva a la ausencia de relación de dependencia de los maquiladores con la empresa, motivo por el cual ésta no se ve obligada a retribuir valores monetarios gastados durante la producción, tales como el valor de la energía eléctrica consumida en la fabricación de la ropa.

Pregunta 4.- En caso de daños en la maquinaria o necesidad de mantenimiento correctivo, ¿la empresa le brinda apoyo económico o personal técnico para la reparación?

Figura 15 Apoyo económico brindado para reparación de maquinaria



Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

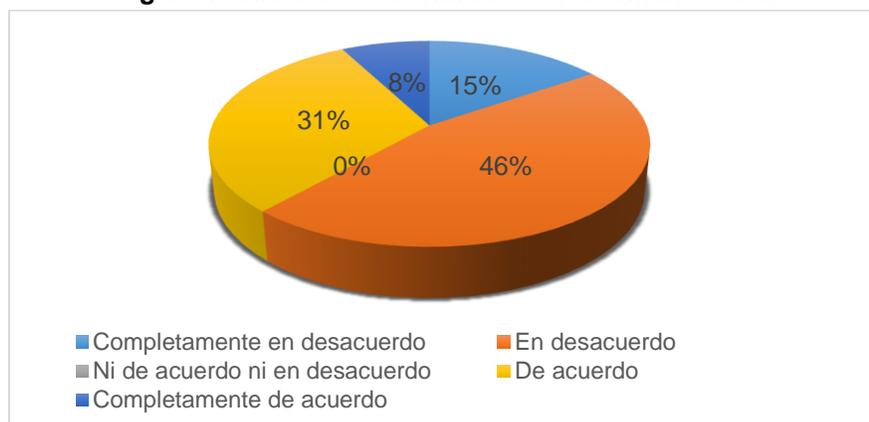
El 46% de los encuestados asegura que nunca ha recibido apoyo económico o apoyo con personal técnico para la reparación o mantenimiento de las máquinas de confección por parte de la empresa a la que presta sus servicios, el 23% sostiene que casi nunca y el 31% de encuestados afirma recibir este apoyo ocasionalmente.

Este resultado se fundamenta en las condicionantes que plantea el sistema de maquilación, tal como se mencionó anteriormente las empresas buscan optimizar sus costos productivos y la opción más rentable es la tercerización de alguno de sus procesos o subprocesos, en este caso la costura de las prendas que es ejecutada netamente por los maquiladores sin que intervenga la empresa.

Por lo tanto, dado que el desarrollo de este subproceso les compete a los maquiladores con el uso de sus recursos tecnológicos propios, la empresa considera que el gasto incurrido en eventualidades como daños de la maquinaria o necesidad de mantenimiento no es su responsabilidad.

Pregunta 5.- ¿La remuneración que usted recibe en la maquilación de prendas de vestir es proporcional al esfuerzo que realiza?

Figura 16 Nivel de conformidad con la remuneración



Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

El 39% de los encuestados considera que la remuneración recibida en la maquilación de prendas de vestir es proporcional al esfuerzo realizado (completamente de acuerdo + de acuerdo). No obstante, el mayor porcentaje de encuestados 61% sostiene lo contrario.

El aspecto económico al ser un factor de gran importancia para los maquiladores de la zona incurre en que busquen producir cada vez más a fin de percibir una mayor remuneración, incluso a expensas de soportar largas jornadas de trabajo. Sin embargo, la remuneración recibida no es proporcional ni compensa el sobreesfuerzo que implica exponerse a esas extensas jornadas de trabajo.

Pregunta 6.- ¿La empresa le ha brindado apoyo económico en casos de accidentes de trabajo o enfermedades profesionales causadas por el desarrollo de su actividad laboral?

Figura 17 Apoyo recibido en casos de accidentes de trabajo o enfermedades profesionales



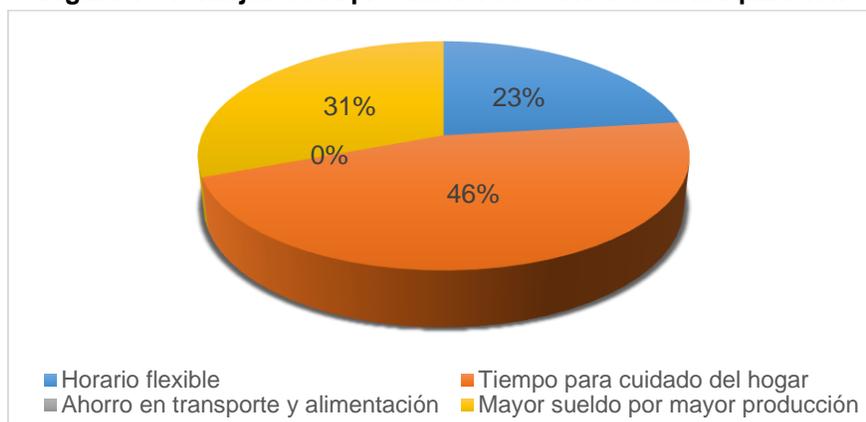
Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

El 92% de los encuestados asegura que nunca ha recibido apoyo económico por parte de las empresas a las cuales prestan sus servicios, en casos de accidentes de trabajo o enfermedades profesionales. No obstante, existe un 8% de encuestados que afirma recibir este apoyo siempre.

Analizando este punto, es preciso mencionar nuevamente que las personas que prestan servicios de maquila no figuran como trabajadores dependientes la empresa; por lo tanto, ésta no se ve obligada a responsabilizarse por los accidentes de trabajo o enfermedades profesionales causadas por la actividad laboral.

Pregunta 7.- Seleccione la principal ventaja que usted considera que tiene la prestación de servicios de maquilación de prendas de vestir

Figura 18 Ventajas de la prestación de servicios de maquilación



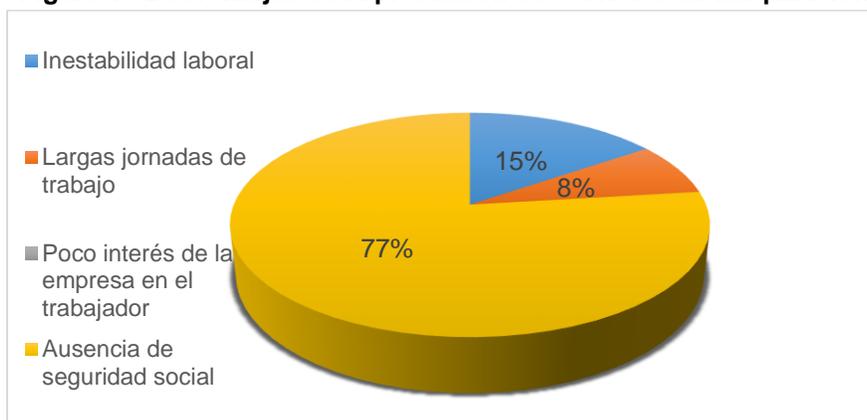
Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

El 46% de encuestados sostiene que la principal ventaja de la maquilación de prendas de vestir desde el hogar es que permite tener tiempo para el cuidado del hogar; mientras que el 31% concuerda que la ventaja es conseguir mayor sueldo por mayor producción. Adicionalmente un 23% de encuestados otorga mayor importancia a la flexibilidad del horario.

Este resultado está directamente relacionado con el porcentaje de mujeres que se dedican a esta actividad productiva, quienes en su mayoría al ser madres consideran un aspecto positivo el poder trabajar desde sus casas, permitiéndose tener tiempo para el cuidado del hogar y para estar pendientes de sus hijos.

Pregunta 8.- Seleccione la principal desventaja que usted considera que tiene la prestación de servicios de maquilación de prendas de vestir

Figura 19 Desventajas de la prestación de servicios de maquilación



Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

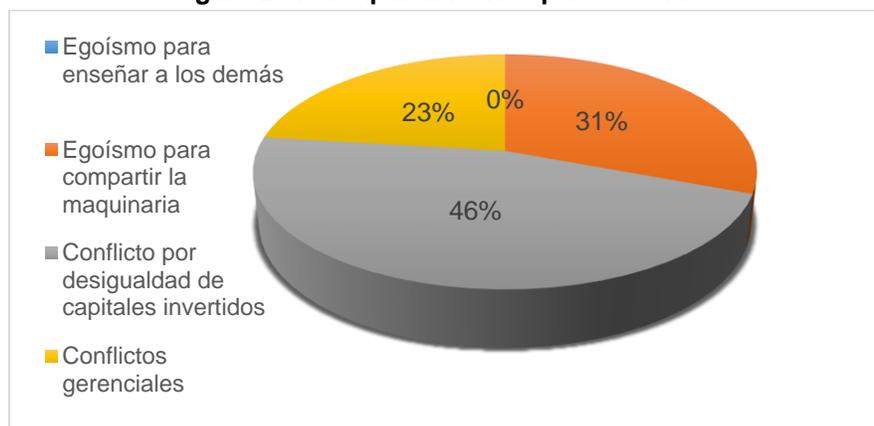
El 77% de encuestados sostiene que la principal desventaja de la prestación de servicios de maquilación de prendas de vestir desde el hogar es la ausencia de seguridad social; mientras que el 15% concuerda que la desventaja es la inestabilidad laboral. Adicionalmente existe un 8% de encuestados que considera como principal inconveniente a las largas jornadas de trabajo.

La ausencia de relación de dependencia entre los maquiladores y las empresas que se benefician de sus servicios da como resultado que estas últimas no tengan la responsabilidad de afiliarlos al seguro social, es decir, los maquiladores no se benefician de las medidas públicas tendientes a garantizar el derecho a la salud, asistencia médica y demás servicios sociales; asimismo no cuentan con los beneficios de ley, a excepción de aquellos que han optado por la afiliación voluntaria.

Por consiguiente, la importancia de la seguridad social se evidencia en los resultados de este ítem, que reflejan la necesidad que tienen los maquiladores de sentirse respaldados en caso de enfermedades o situaciones catastróficas.

Pregunta 9.- Indique la principal dificultad que considera que existirían al conformar la empresa asociándose con otros maquiladores

Figura 20 Principal dificultad para asociarse



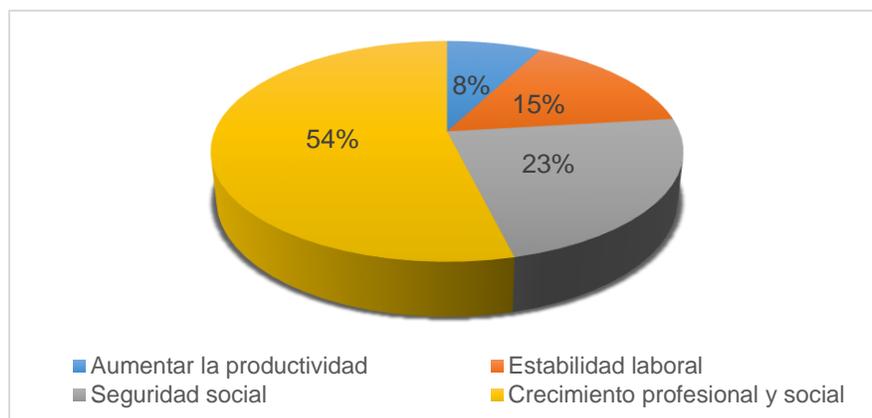
Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

La gráfica permite evidenciar que la mayor dificultad, según la opinión de los encuestados, se centra en la desigualdad de capitales invertidos. Esta opción recibió un 46% de votaciones. A continuación, con un 31% de votaciones se sitúa la opción egoísmos para compartir las máquinas y finalmente con un 23% de votos se ubica la opción de conflictos gerenciales.

Con base en el resultado se determina que el problema para la conformación de la empresa básicamente se centraría en conflictos a causa de la desigualdad de capitales invertidos por cada socio, esto debido a que el factor monetario es considerado importante y prioritario para la mayoría de personas y al invertirlo buscan obtener ganancias en la misma proporción de la inversión, lo cual puede no ser bien visto por el resto de socios.

Pregunta 10.- Seleccione el principal beneficio que considera que traería asociarse con otros maquiladores para conformar la empresa

Figura 21 Principal beneficio de asociarse



Fuente: Encuesta de diagnóstico de necesidades
Elaborado por: Stefany Salazar

La gráfica permite evidenciar que el mayor beneficio, según la opinión de los encuestados, se centra en el crecimiento profesional y social. Esta opción recibió un 54% de votaciones. A continuación, con un 23% se sitúa la opción de seguridad social, posteriormente con un 15% la opción estabilidad laboral; y finalmente con un 8% se ubica la opción mejora de productividad.

A pesar de que anteriormente se evidenció la importancia que tiene la seguridad social para lo maquiladores, el resultado de este ítem refleja que predomina la necesidad de lograr un crecimiento profesional y social mediante la conformación de una empresa propia, a través de la cual se puede garantizar el acceso a la seguridad social y estabilidad laboral.

4.2 La demanda

Determinar los requerimientos y las necesidades del mercado en relación a prendas de vestir constituye un factor clave que permite establecer estrategias de crecimiento empresarial, mediante una adecuada planificación y optimización de la producción.

4.2.1 Objetivos

- Determinar la demanda de prendas de vestir casuales en la provincia de Imbabura con base en el conocimiento y análisis de los gustos, preferencias y necesidades de los clientes potenciales.
- Obtener la información necesaria para determinar el tamaño del proyecto y establecer estrategias de marketing orientadas a cumplir y superar las expectativas de los clientes.

4.2.2 Variables

Entre las variables que influyen en el comportamiento de la demanda de prendas de vestir encontramos las siguientes:

Tamaño y crecimiento de la población: Mediante esta variable se determina la demanda actual y futura del producto. A medida que incrementa el tamaño de la población aumenta la demanda de prendas de vestir en locales comerciales, fábricas, ferias, etc. Según el INEC, la población de la provincia de Imbabura en el año 2.010 fue de 413.657 habitantes y proyectado al 2.020 con una tasa de crecimiento de 1,42% se observa una población aproximada de 476.257 habitantes.

Hábitos de consumo: Factores como la moda, tendencias, innovación de diseños y la calidad de las prendas de vestir motivan la decisión de compra del cliente.

Gustos y preferencias: El incremento o disminución de la demanda depende de los gustos y preferencias del consumidor hacia las prendas de vestir casuales. En la encuesta de estudio de mercado realizada se determina que un amplio porcentaje de personas prefiere la ropa casual porque genera mayor comodidad.

Niveles de ingresos: La demanda de consumo de prendas de vestir aumenta cuando los ingresos percibidos por las personas son altos. La ventaja competitiva con la cual la empresa busca entrar al mercado guarda relación con esta variable, dado que se ofrecerá productos con precios asequibles.

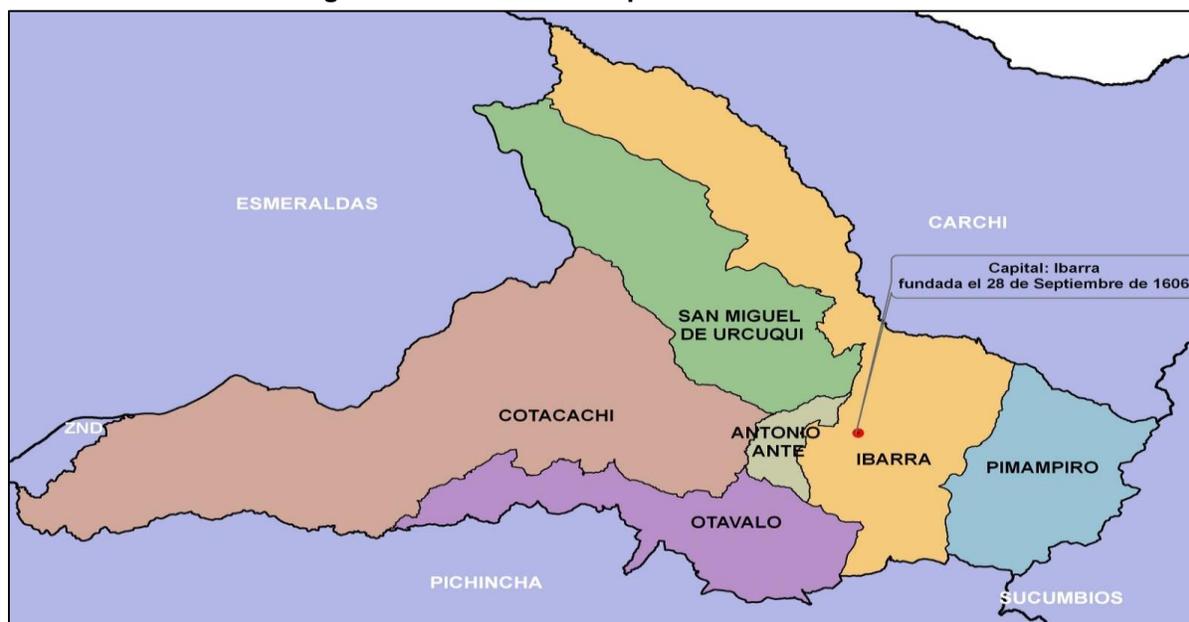
4.2.3 Área de mercado

En el presente proyecto el área de mercado es la provincia de Imbabura, también conocida como la provincia de los Lagos, se encuentra ubicada al norte de la región Interandina del Ecuador y su capital es la ciudad de Ibarra.

Esta provincia está conformada por 6 cantones: Ibarra, Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Pimampiro y San Miguel de Urcuquí.

Los límites provinciales son: al norte con Carchi, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas.

Figura 22 Ubicación de la provincia de Imbabura



Fuente: Google Imágenes

4.2.4 Comportamiento histórico de la demanda

El negocio de la producción de prendas de vestir es un mercado que está en constante crecimiento dado que la población ha venido incrementándose y siempre existe la necesidad de cubrir y proteger el cuerpo de climas fríos y cálidos. Sin embargo, más allá de satisfacer esta necesidad se encuentra la moda y las nuevas tendencias. Por lo tanto, los consumidores buscan innovar constantemente su closet y adquieren prendas con estilos actuales y acordes a las nuevas tendencias.

4.2.5 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda de prendas de vestir se realiza de acuerdo al crecimiento demográfico de la población en la provincia de Imbabura, en razón de que estas dos variables son directamente proporcionales; es decir, a medida que incrementa la población se produce un aumento de la demanda de prendas de vestir, sea por necesidad, tendencias de moda u otros factores.

Según los resultados de la encuesta de estudio de mercado, la población que más demanda prendas de vestir es aquella comprendida entre los 15 y 44 años. Por consiguiente, de acuerdo a esto se presenta la proyección de la población de la provincia de Imbabura a 5 años, aplicando el método de interés simple con las siguientes fórmulas:

$$P = P_0 [1 + r(t - t_0)]$$

$$r = \frac{P_{0+1} - P_0}{P_0(t_{0+1} + t_0)}$$

Dónde:

P = Población a calcular

P₀ = Población inicial

R = Razón de crecimiento

t = Tiempo futuro

t₀ = Tiempo inicial

Tabla 1 Proyección de la población

PROYECCIÓN MÉTODO DE INTERÉS SIMPLE						
Años	Población total	Razón de crecimiento de la población total	Razón de crecimiento promedio de la población total	Población comprendida entre 15 y 44 años	Razón de crecimiento de la población comprendida entre 15 y 44 años	Razón de crecimiento promedio de la población comprendida entre 15 y 44 años
2010	413.657	1,51%	1,42%	180.848	2,10%	1,93%
2011	419.919	1,50%		184.637	2,07%	
2012	426.223	1,48%		188.466	2,05%	
2013	432.543	1,46%		192.330	2,02%	
2014	438.868	1,44%		196.221	1,98%	
2015	445.175	1,42%		200.115	1,94%	
2016	451.476	1,39%		204.006	1,89%	
2017	457.737	1,36%		207.864	1,83%	
2018	463.957	1,33%		211.672	1,76%	
2019	470.129	1,30%		215.401	1,68%	
2020	476.257			219.011		
2025	510.052			240.180		

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Stefany Salazar

4.3 La oferta

4.3.1 Listado de proveedores

La tela y los hilos constituyen la materia prima esencial para la elaboración de prendas de vestir; sin embargo, de acuerdo al diseño se requiere de otros insumos, tales como botones, cierres, elásticos, encajes, broches, etiquetas, entre otros. A continuación, se presenta una tabla con el listado de los insumos y sus proveedores.

Tabla 2 Proveedores de insumos para la confección

PRODUCTO	PROVEEDOR	LOCALIZACIÓN
Tela	Indutexma Textiles Nortextil	Otavalo
Hilos	Textiles La Escala	Quito
Elásticos	Cintatex - Ribel	Quito
Botones, cierres, encajes, etiquetas, broches	Insumoda	Quito

Elaborado por: Stefany Salazar

Los proveedores citados en la tabla que antecede han sido seleccionados tomando en cuenta los beneficios que ofrecen, entre los cuales se encuentran: descuentos por cantidad, facilidades de pago y entregas a domicilio.

4.3.2 Régimen del mercado

Una vez analizadas las características de los tipos de competencia en el mercado se ha determinado que el mercado de las prendas de vestir pertenece al de competencia monopolística, dado que existe una cantidad significativa de empresas productoras de ropa cuya diferenciación se presenta en el producto.

En este sentido, la competencia no se da por los precios, sino a través de otros atributos de las prendas de vestir, tales como calidad, diseño y exclusividad. Sin embargo, los productores aún mantienen cierto grado de poder sobre la fijación de precios, es decir, cada fabricante puede ofrecer un precio de acuerdo a su capacidad de producción y costos asociados.

Además, es importante señalar que la entrada y salida de este tipo de mercado es fácil, por lo tanto, se observa una oportunidad de lograr introducir a la nueva empresa en este mercado. No obstante, será preciso trabajar arduamente en su publicidad a fin de mostrar a los clientes las características diferenciadoras de los productos.

4.3.3 Variables de la oferta

Precio de los factores productivos: La disminución del precio de los factores productivos tales como materia prima, mano de obra, etc., incurren en la reducción del costo de producir prendas de vestir, ocasionando que a pesar de vender las mismas cantidades y a igual precio, más empresas estén dispuestas a producir

Incursión de nuevos competidores: A medida que más empresas de confección de ropa entran en el mercado, la cantidad ofertada por cada una de ellas tiende a disminuir dado que será más difícil lograr la venta de los productos.

Capacidad adquisitiva de los consumidores: Dependiendo de los ingresos de los consumidores, la oferta de prendas de vestir aumenta pues tienden a visualizarse precios de venta más atractivos para los productores.

4.3.4 Comportamiento histórico de la oferta

La oferta de prendas de vestir en Imbabura tiende a incrementar continuamente en vista de que esta provincia es sede de uno de los eventos textiles más importantes del país como es la “Feria Expo Moda Atuntaqui”, en donde las micro, pequeñas y medianas empresas presentan sus colecciones y tienen la oportunidad de darse a conocer, promocionarse y posicionarse en el mercado.

4.3.5 Proyección de la oferta

Tomando como base los datos del último Censo Nacional Económico efectuado por el INEC en el año 2010, se ha obtenido información sobre el número de empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir en la provincia de Imbabura.

El número de CIU que se consideró para obtener esta información específica es el C1014.02 que en la versión 4.0 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme corresponde a: *“Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera”*.

De acuerdo a esto, se determinó que en el año 2010 en la provincia de Imbabura existió un total de 440 empresas dedicadas a la producción de prendas de vestir. Al proyectar este número hasta la actualidad, empleando una tasa de crecimiento empresarial promedio anual de 5,33% se obtiene que el total de empresas es de 697. (INEC, 2017)

En relación al volumen de unidades producidas por las empresas dedicadas a la fabricación de prendas de vestir, cabe mencionar que, resulta difícil obtener datos sustentables en razón de que éstas manejan estricta confidencialidad de su información. No obstante, los cálculos se realizan considerando un volumen de producción estimado de 25.000 unidades al mes.

A continuación, se presenta la proyección de la oferta de prendas de vestir para el año 2025, considerando una tasa de crecimiento promedio de la producción industrial de 1,82% anual (Barrientos, 2017).

Tabla 3 Proyección de la oferta

NÚMERO DE EMPRESAS	PRODUCCIÓN MENSUAL unidades/mes	OFERTA TOTAL unidades/mes	OFERTA TOTAL unidades/año	TASA DE CRECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL	PROYECCIÓN DE LA OFERTA A 2025
697	25.000	17'425.000	209'100.000	1,82%	228'128.100

Elaborado por: Stefany Salazar

4.3.6 Determinación de la demanda insatisfecha

Con base en la información recopilada sobre la oferta y la demanda del producto es preciso mencionar que no existe una demanda insatisfecha en este mercado, sino al contrario encontramos una demanda satisfecha pero no saturada dado que las prendas de vestir ofertadas estarán dirigidas a personas que tienden a innovar constantemente su closet y prestan mucha atención a promociones y precios.

4.3.7 Determinación del mercado objetivo

Por lo expuesto en los puntos anteriores, el mercado objetivo está conformado por los servicios comerciales al por mayor y menor de artículos textiles y prendas de vestir de la provincia de Imbabura.

4.4 Los precios

4.4.1 Precios existentes en el mercado

Con la finalidad de tener una idea de los precios que las empresas asignan a sus productos se realizó una investigación de campo, mediante la observación directa. Se procedió a visitar algunos almacenes en la ciudad de Atuntaqui, considerando que éstos sean de propiedad de los mismos fabricantes a fin de evitar encontrar precios incrementados por intermediarios.

A este respecto, se obtuvo la siguiente información:

Tabla 4 Precios promedio por tipo de prenda de vestir

PRENDA DE VESTIR	PRECIO PROMEDIO	IMAGEN
Leggins	\$ 10,50	
Blusa	\$ 11,00	
Buzos	\$ 11,00	
Vestidos	\$ 12,00	
Camiseta	\$ 9,50	
Chompas	\$ 18,00	
Camisas	\$ 16,00	

Fuente: Observación directa
Elaborado por: Stefany Salazar

4.5 La comercialización

4.5.1 Selección de los canales de comercialización

En primera instancia, la comercialización de los productos de la empresa será empleando un canal detallista: productor - detallista – consumidor.

Posteriormente, cuando la empresa se haya consolidado y posicionado en el mercado se buscará implementar canales directos como ventas por catálogo y ventas online.

4.5.2 Tipo de promoción y publicidad

La difusión de información sobre los productos se realizará principalmente empleando publicidad online y canales clásicos.

Publicidad online: En redes sociales como Facebook y Twitter se publicará anuncios sobre la nueva empresa y los productos ofertados, exhibiendo imágenes que tiendan a atraer la atención de los clientes y motivar la compra.

Canales clásicos: En anuncios de radio, periódico y en hojas volantes se promocionará los beneficios de la nueva empresa. Además, se asistirá a ferias locales a fin de dar a conocer los productos.

4.6 Estudio Técnico

4.6.1 Estudio del Tamaño

4.6.1.1 Capacidad del proyecto

Para determinar la capacidad del proyecto, en primer lugar, ha sido necesario definir la intensidad de trabajo, estableciéndose que la empresa contará con un solo turno laboral de 8 horas diarias y 40 horas semanales.

Posteriormente, con la finalidad de recopilar información referente a los tiempos de producción se realizó una entrevista a los maquiladores, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 5 Tiempo de ciclo

PRENDA	TIEMPO MÁXIMO	TIEMPO MÍNIMO	TIEMPO PROMEDIO
Leggins	4	3	3,50
Blusas	6	4	5,00
Buzos	5	4	4,50
Vestidos cortos	6	5	5,50
Camisetas	4	3	3,50
Chompas	15	12	13,50
Camisas	7	5	6,00

Fuente: Entrevista a maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Los tiempos promedio que se observan en la tabla que antecede corresponden a los tiempos que en condiciones óptimas se emplearía para producir una unidad de cada prenda de vestir.

De acuerdo a esto, a continuación se presenta la capacidad de diseño de este proceso productivo, considerando que se dispone de 13 personas operativas que trabajan una jornada laboral de 8 horas con 40 horas semanales.

Tabla 6 Producción mensual de prendas de vestir

Prenda	Tiempo promedio en minutos	Unidades producidas al día	Trabajadores asignados a prendas de vestir	Unidades producidas al día por trabajador	Unidades producidas al mes
Leggins	3,5	137	1	137	2.743
Blusas	5	96	2	192	3.840
Buzos	4,5	107	2	213	4.267
Vestidos cortos	5,5	87	2	175	3.491
Camisetas	3,5	137	1	137	2.743
Chompas	13,5	36	3	107	2.133
Camisas	6	80	2	160	3.200
TOTAL DE PRENDAS		680	13	1.121	22.417

Elaborado por: Stefany Salazar

Por lo tanto, se concluye que la máxima producción teórica en un mes de trabajo con una jornada laboral de 8 horas y con 13 trabajadores es de 22.417 prendas de vestir. Sin embargo, es importante mencionar que para este cálculo no se ha considerado los suplementos y tolerancias de la medición del trabajo.

4.6.1.2 Factores que condicionan el tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto básicamente está determinado y condicionado por la disponibilidad que exista de los siguientes factores: demanda del mercado, recursos financieros, mano de obra, materia prima y recursos tecnológicos. En este sentido, se realiza un breve análisis de cada uno de estos factores.

Demanda del mercado

En relación a este factor se han considerado dos puntos de vista, por un lado, está la demanda del cliente sobre los productos ofertados y por otro lado la demanda de condiciones laborales dignas de los trabajadores.

Disponibilidad de recursos financieros

Para la ejecución y puesta en marcha de este proyecto será conveniente realizar una combinación de dos opciones de financiamiento: internas y externas.

- **Internas:** Cada socio que conforma la empresa aportará con recursos propios; por ejemplo, maquinaria.
- **Externas:** Se gestionará la obtención de un crédito bancario en líneas creadas para financiar nuevos proyectos o emprendimientos.

Disponibilidad de mano de obra

En relación a la mano de obra directa, inicialmente el proyecto ya cuenta con 13 personas que tienen las competencias necesarias para la producción de prendas de vestir; sin embargo, para cubrir más vacantes se optará por personas que habiten en sectores aledaños a la ubicación de la fábrica.

Disponibilidad de materia prima e insumos

La materia prima e insumos requeridos para la producción de prendas de vestir, tales como tela, hilos, botones, elásticos, encajes, broches, cierres, entre otros; se encuentran disponibles en el mercado nacional y son de fácil acceso en la provincia de Imbabura, considerando que ésta se dedica a la actividad textil.

Disponibilidad de recursos tecnológicos

Para la fabricación de prendas de vestir básicamente es necesario disponer de las siguientes máquinas:

- **Cortadora eléctrica vertical:** Se utiliza para realizar los cortes de la tela en piezas, de acuerdo a los diseños de las prendas que van a ser confeccionadas.
- **Overlock:** Se utiliza para reforzar costuras, encapsulando los bordes de las prendas. Permite cortar los sobrantes de tela que quedan al unir las piezas.
- **Recubridora:** Se utiliza principalmente para coser dobladillos en cuellos o los bajos de las camisetitas y mangas.
- **Recta:** Se utiliza para respuntar bolsillos, puños, cinturas, hacer dobladillos, pegar cierres, colocar elásticos, etc. Permite coser todo tipo de telas, pero básicamente se usa para tela plana.

En este aspecto, es preciso mencionar que el proyecto inicialmente ya cuenta con gran parte de la maquinaria utilizada para la confección de prendas de vestir, es decir, se dispone de 17 máquinas (6 overlock, 5 rectas y 6 recubridoras).

4.6.1.3 Tamaño óptimo del proyecto

El tamaño óptimo del proyecto corresponde a la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción al año.

Para determinar la capacidad instalada de la empresa se consideró el número de unidades producidas en un mes de trabajo con 13 operarios asignados, de acuerdo al cálculo de la capacidad de diseño del proceso productivo detallado en la tabla número 7. Adicionalmente, se empleó un porcentaje de 15% correspondiente a los suplementos concedidos a los trabajadores.

$$\mathbf{Capacidad\ instalada} = \mathbf{unidades\ producidas} * 85\%$$

$$\mathbf{Capacidad\ instalada} = 22.417\ unidades * 85\% = 19.054\ unidades\ al\ mes$$

$$\mathbf{Capacidad\ instalada} = 19.054\ unidades\ al\ mes$$

No obstante, en razón de que en todo proceso productivo siempre existen limitantes que impiden su normal funcionamiento, tales como mantenimientos no programados, se ha procedido a calcular la producción real, empleando un factor de merma inherente al proceso de 8%.

$$\mathbf{Producción\ real} = \mathbf{capacidad\ instalada} * 92\%$$

$$\mathbf{Producción\ real} = 19.054\ unidades * 92\%$$

$$\mathbf{Producción\ real} = 17.530\ unidades\ al\ mes$$

Con estos volúmenes se ha procedido a calcular el porcentaje de utilización de la capacidad de la empresa y la eficiencia con que operará.

$$\mathbf{Utilización} = \frac{\mathbf{Producción\ real}}{\mathbf{Capacidad\ de\ diseño}} * 100$$

$$\mathbf{Utilización} = \frac{17.530\ unidades}{22.417\ unidades} * 100$$

$$\mathbf{Utilización} = 78,20\%$$

$$\mathbf{Eficiencia} = \frac{\mathbf{Producción\ real}}{\mathbf{Capacidad\ instalada}} * 100$$

$$\mathbf{Eficiencia} = \frac{17.530\ unidades}{19.054\ unidades} * 100$$

$$\mathbf{Eficiencia} = 92\%$$

4.6.2 Estudio de Localización

En este acápite se identifica el sitio más apropiado para la ubicación de la empresa de producción de prendas de vestir con base en el análisis de algunos factores que se detallan a continuación.

4.6.2.1 Proximidad y disponibilidad del mercado y las materias primas

La materia prima requerida para la producción de las prendas de vestir básicamente constituye la tela y los hilos, productos que están disponibles en ciudades cercanas como por ejemplo Atuntaqui y Otavalo.

La cercanía con las fuentes de abastecimiento de materia prima se considera un aspecto estratégico para la empresa debido a que este negocio demandará aprovisiones constantes por requerimientos de clientes o para evitar tener materia prima en stock.

En relación a la proximidad del mercado se identifica como ventaja el desarrollo de ferias textiles en la provincia, específicamente en las ciudades antes mencionadas, a través de las cuales se hace posible dar a conocer los productos a clientes potenciales y posteriormente trabajar bajo pedidos.

4.6.2.2 Medios de transporte

La movilización de las materias primas y productos terminados desde el lugar de adquisición o venta hasta las instalaciones de la fábrica se realizará empleando camionetas. En este sentido, es preciso mencionar que se cuenta con suficientes vías de acceso, entre ellas la panamericana norte y calles aledañas, que además se encuentran en buen estado.

Este factor también se considera importante porque posibilita la fácil movilización del personal y el acceso rápido y sin complicaciones a sus estaciones de trabajo.

4.6.2.3 Disponibilidad de servicios públicos

La producción de prendas de vestir requiere como servicio básico indispensable la energía eléctrica, en razón de que toda la maquinaria empleada opera a base de esta energía.

San Francisco de Natabuela, pese a ser una parroquia rural dispone de todos los servicios básicos, tales como alcantarillado, energía eléctrica, agua potable y líneas telefónicas. En este sentido, se considera un lugar apropiado para establecer la empresa y lograr un óptimo desenvolvimiento de las actividades productivas.

4.6.2.4 Definición de la mano de obra que requiere el proyecto

El proceso productivo para la fabricación de prendas de vestir no requiere mano de obra altamente técnica y especializada. Sin embargo, se considera importante que al menos sea posible evidenciar habilidad y adiestramiento en el manejo de las máquinas para asegurar una efectiva producción.

En este sentido, el cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura dispone de una elevada tasa poblacional dedicada a la actividad textil, razón por la cual los trabajadores serán personas que habiten en el cantón, específicamente en la parroquia de San Francisco de Natabuela.

Por lo tanto, para poner en marcha a la empresa productora de prendas de vestir se requiere:

- **Mano de obra directa:** Diseñador gráfico y operarios de máquinas recta, overlock, recubridora y cortadora.
- **Mano de obra indirecta:** Gerente, jefes departamentales, contador, analista de talento humano y vendedores.

4.6.2.5 Análisis de micro localización

La empresa de producción y comercialización de prendas de vestir estará ubicada en la parroquia de San Francisco de Natabuela en el sector Flores Vásquez.

A continuación, se presenta el análisis realizado, empleando el “Método Cualitativo por Puntos” a fin de determinar la mejor alternativa para la instalación y funcionamiento de la empresa.

Tabla 7 Método cualitativo por puntos para determinar la ubicación de la planta

FACTORES	PESO %	OPCIÓN A Sector Flores Vásquez		OPCIÓN B Sector Los óvalos	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Fuentes de abastecimiento de materia prima	20%	8	1,6	8	1,6
Disponibilidad de servicios básicos	25%	9	2,25	8	2
Cercanía al mercado	5%	8	0,4	8	0,4
Facilidad de acceso	25%	9	2,25	8	2
Disponibilidad y costo del terreno	15%	8	1,2	8	1,2
Disponibilidad de mano de obra	10%	9	0,9	9	0,9
TOTAL	100%		8,6		8,1

Elaborado por: Stefany Salazar

Como se puede observar en la matriz, la opción A alcanzó un puntaje mayor; por lo tanto, la ubicación más apropiada es en el sector Flores Vásquez, calle Flores Vásquez y Selva Alegre, dado que en esta locación existe más posibilidades de contar con todos los servicios básicos y con facilidad de acceso.

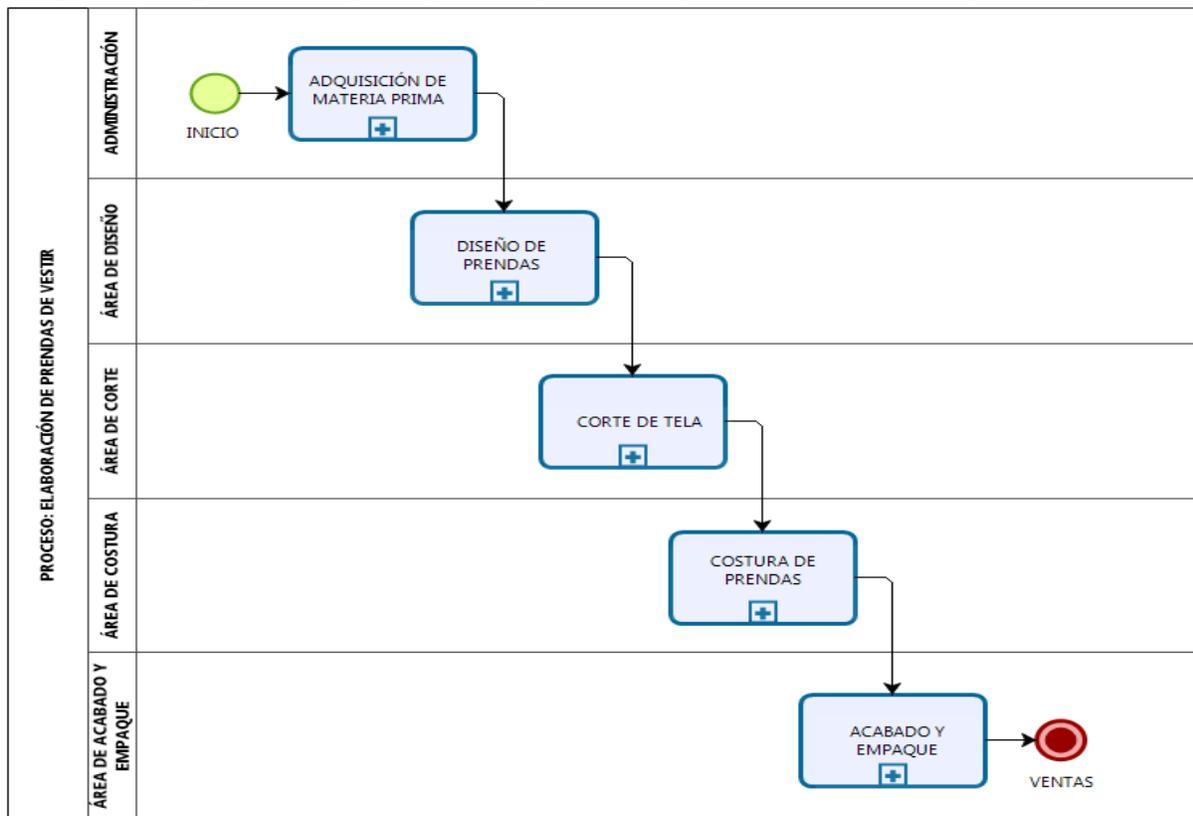
4.6.3 Ingeniería del Proyecto

En este acápite se presenta una descripción simplificada del proceso productivo, empleando diagramas de flujo que permiten visualizar la interrelación de las áreas.

4.6.3.1 Procesos de producción

El proceso de elaboración de prendas de vestir básicamente está conformado por los siguientes subprocesos: adquisición de materia prima, diseño de prendas, corte de tela, costura de prendas, acabados y empaque. En el siguiente diagrama es posible apreciar la interrelación existente entre cada uno de ellos.

Figura 23 Diagrama de flujo del proceso productivo para la elaboración de prendas de vestir



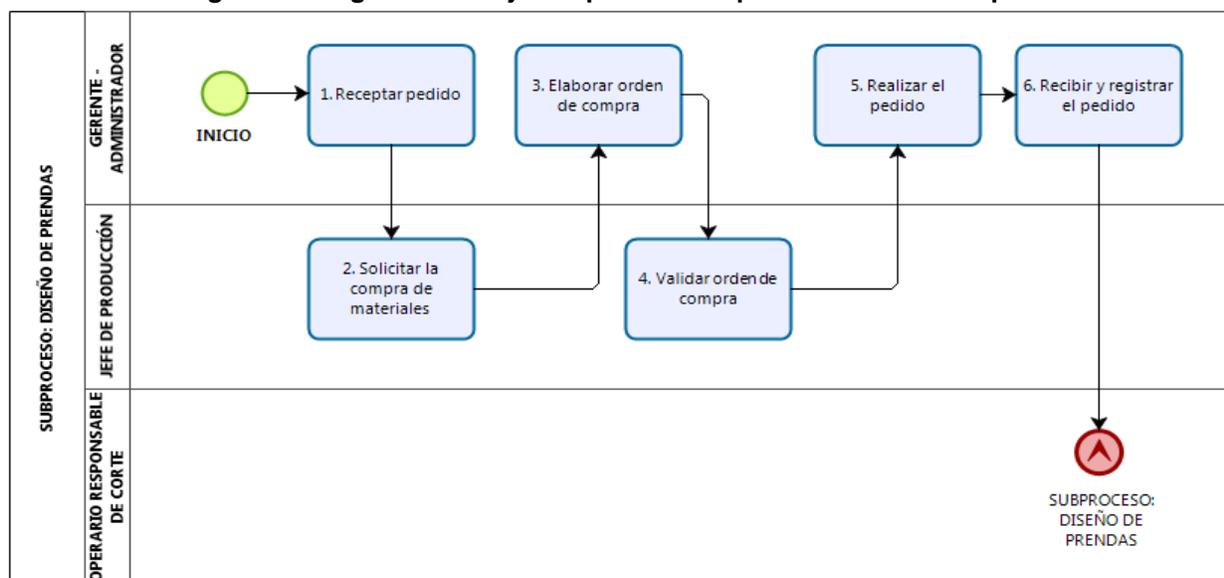
Fuente: Entrevista maquiladores
Elaborado por: Stefany Salazar

4.6.3.2 Flujogramas de los procesos de producción

A continuación, se presentan los diagramas de flujo y la descripción narrativa de cada subproceso para la elaboración de prendas de vestir. Sin embargo, cabe mencionar que estos subprocesos son básicos y se han definido con el propósito de estandarizar inicialmente este proceso productivo, existiendo la posibilidad de que a medida que se desarrolle el negocio se identifiquen nuevos subprocesos o se determine la necesidad de detallar y especificar más cada uno.

Subproceso: Adquisición de materia prima

Figura 24 Diagrama de flujo subproceso adquisición de materia prima



Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 8 Descripción narrativa del subproceso adquisición de materia prima

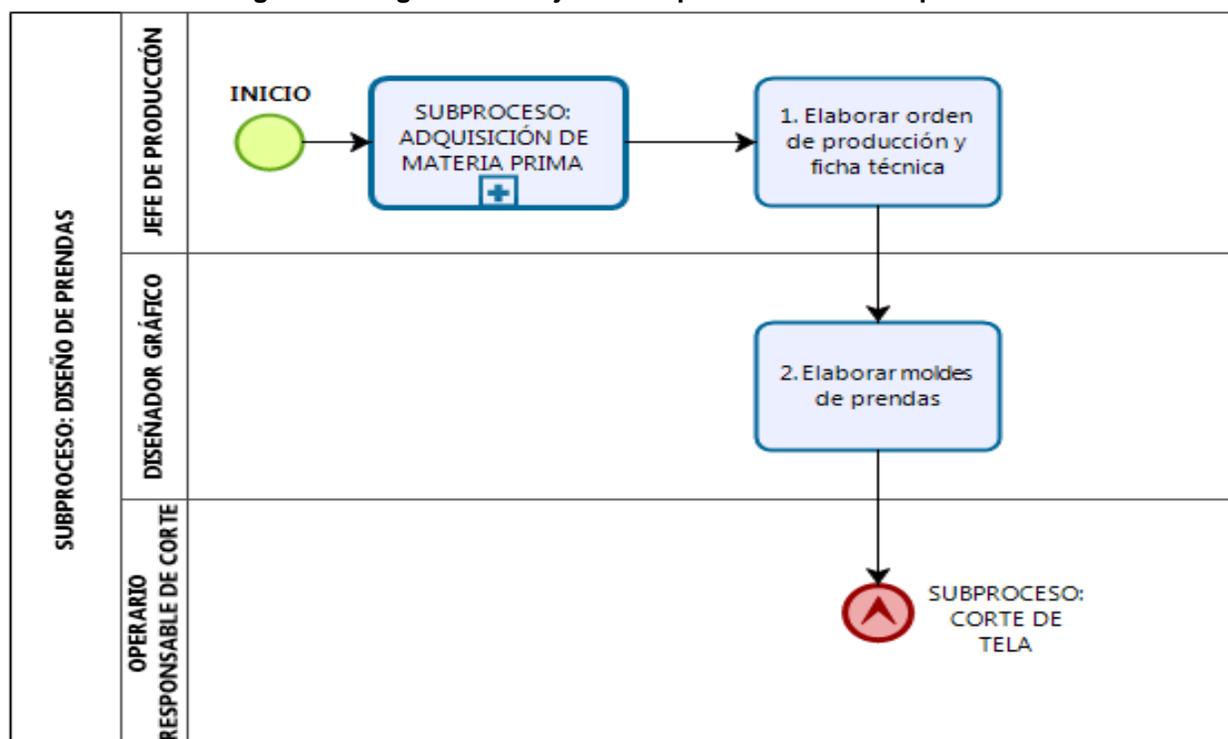
No.	ACTIVIDAD DEL FLUJO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Receptar pedido	<ul style="list-style-type: none"> Recepta el pedido realizado por el cliente e informa al jefe de producción. 	Gerente – administrador
2	Solicitar la compra de materiales	<ul style="list-style-type: none"> Solicita al área administrativa, mediante correo electrónico, la compra de la materia prima e insumos requeridos para la producción de las prendas de vestir, especificando las características y cantidades de cada uno. 	Jefe de producción
3	Elaborar orden de compra	<ul style="list-style-type: none"> Coordina con los proveedores y elabora la orden de compra. Posteriormente envía la orden para revisión y validación del jefe de producción. 	Gerente – administrador
4	Validar orden de compra	<ul style="list-style-type: none"> Revisa la orden de compra de materiales para la producción e informa su conformidad al gerente – administrador para la aprobación. 	Jefe de producción
5	Realizar el pedido	<ul style="list-style-type: none"> Realiza el pedido de los materiales, procede con el pago y coordina las fechas de entrega. 	Gerente – administrador
6	Recibir y registrar el pedido	<ul style="list-style-type: none"> Recepta el pedido, registra y coordina su almacenamiento. Posteriormente se desarrolla el subproceso de diseño de prendas. 	Gerente – administrador

Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Subproceso: Diseño de prendas

Figura 25 Diagrama de flujo del subproceso diseño de prendas



Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 9 Descripción narrativa del subproceso de diseño de prendas

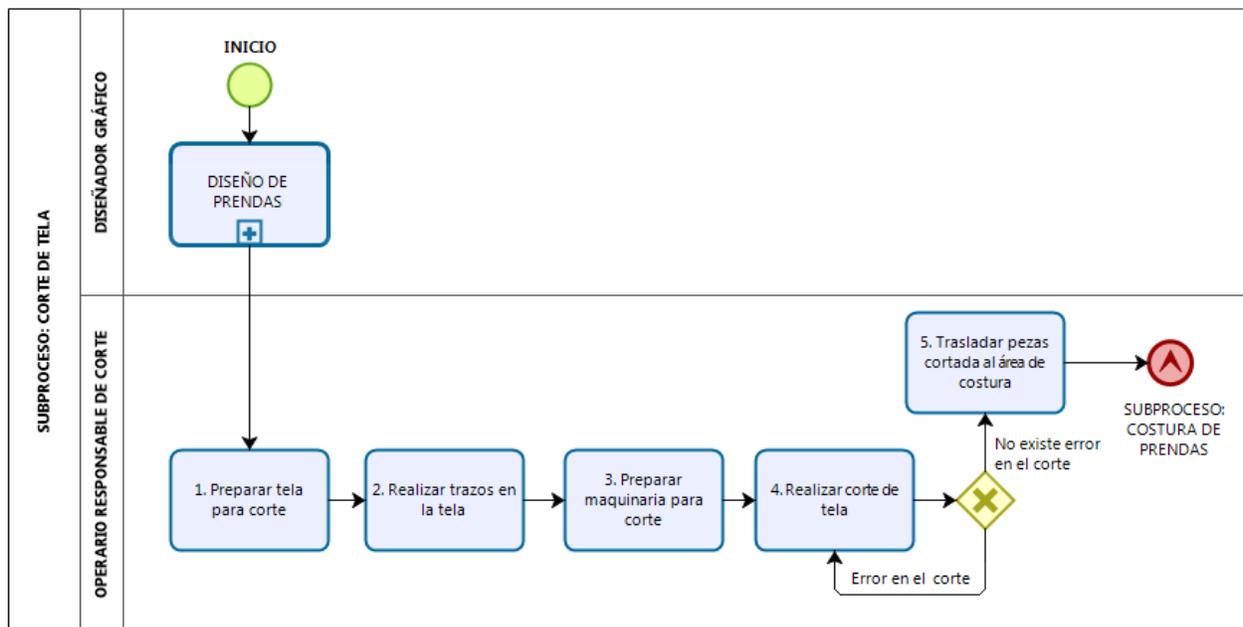
No.	ACTIVIDAD DEL FLUJO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Elaborar orden de producción y ficha técnica	<ul style="list-style-type: none"> Elabora la orden de producción y la ficha técnica, en la cual detalla la información para confeccionar las prendas, es decir, indica los materiales que se van a emplear, los colores, las tallas y las cantidades por cada una. Envía la ficha técnica al área de corte. 	Jefe de producción
2	Elaborar moldes de prendas	<ul style="list-style-type: none"> Plasma el modelo en tamaño real de acuerdo al número de tallas requeridas y recorta los moldes en piezas. Posteriormente entrega los moldes de cada pieza al área de corte y continúa el proceso. 	Diseñador gráfico

Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Subproceso: Corte de tela

Figura 26 Diagrama de flujo del subproceso corte de tela



Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 10 Descripción narrativa del subproceso de corte de tela

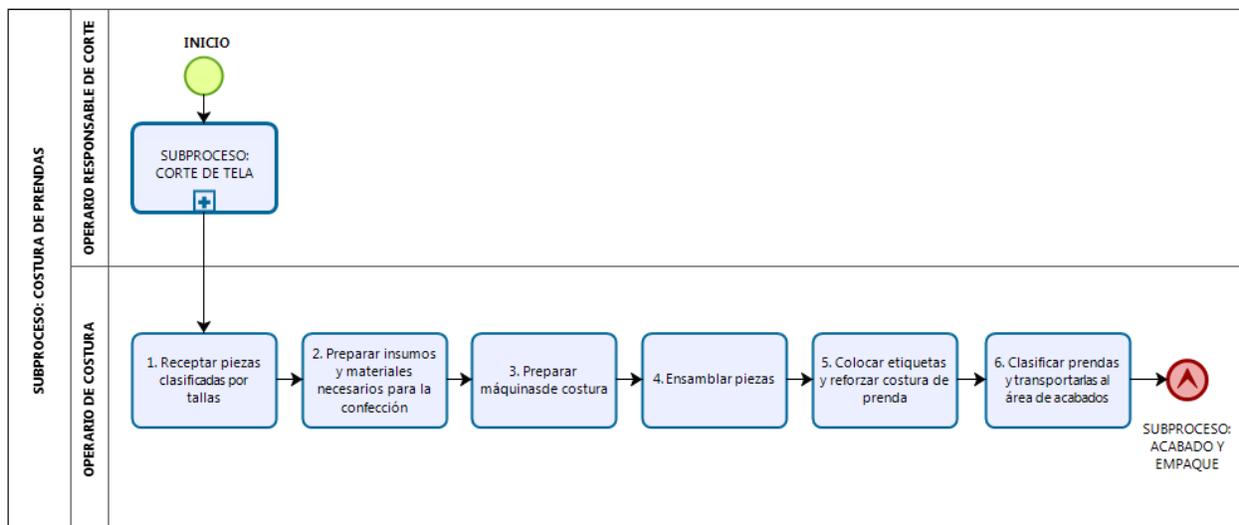
No.	ACTIVIDAD DEL FLUJO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Preparar tela para corte	<ul style="list-style-type: none"> Transporta los rollos de tela desde la bodega hasta el área de corte y procede a tenderla sobre una mesa formando capas, de acuerdo al número de prendas que se van a elaborar. 	Operario responsable de corte
2	Realizar trazos en la tela	<ul style="list-style-type: none"> Coloca el molde sobre las capas de tela y realiza los trazos de las piezas empleando una tiza. 	Operario responsable de corte
3	Preparar maquinaria para corte	<ul style="list-style-type: none"> Enciende la máquina cortadora y verifica que se encuentre funcionando correctamente. 	Operario responsable de corte
4	Realizar corte de tela	<ul style="list-style-type: none"> Realiza el corte de la tela pasando la máquina cortadora por los trazos. En caso de existir error en el corte de alguna pieza se realiza nuevamente esta actividad. 	Operario responsable de corte
5	Trasladar piezas cortada al área de costura	<ul style="list-style-type: none"> En caso de no existir ningún error en el corte clasifica por tallas las piezas cortadas y las traslada al área de costura a fin de proceder con el ensamble. 	Operario responsable de corte

Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Subproceso: Costura de prendas

Figura 27 Diagrama de flujo del subproceso costura de prendas



Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 11 Descripción narrativa del subproceso de costura de prendas

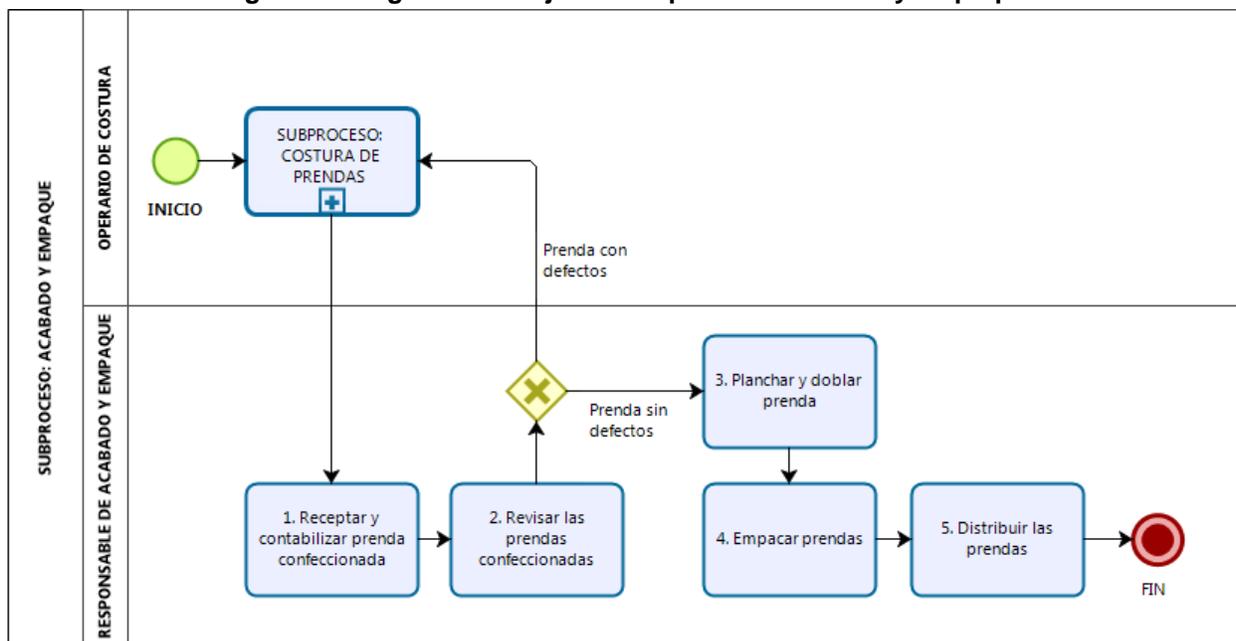
No.	ACTIVIDAD DEL FLUJO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Recetar piezas clasificadas por tallas	<ul style="list-style-type: none"> Recepta las piezas cortadas y clasificadas por tallas, procede a ubicarlas en diferentes espacios a fin de evitar confusiones. 	Operario de costura
2	Preparar insumos y materiales necesarios para la confección	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los insumos y materiales necesarios para la confección (hilos, botones, encajes, entre otros) y los traslada al área de costura. 	Operario de costura
3	Preparar máquinas de costura	<ul style="list-style-type: none"> Coloca los hilos en las máquinas necesarias para la elaboración de la prenda. 	Operario de costura
4	Ensamblar piezas	<ul style="list-style-type: none"> Ensambla las piezas de acuerdo al diseño de la prenda. 	Operario de costura
5	Colocar etiquetas y reforzar costura de prenda	<ul style="list-style-type: none"> Coloca en la prenda etiquetas para identificar la talla y la composición textil. Adicionalmente se refuerza la costura de la prenda. 	Operario de costura
6	Clasificar prendas y transportarlas al área de acabado	<ul style="list-style-type: none"> Clasifica las prendas de acuerdo a las tallas, contabiliza, registra y las transporta al área de acabados. 	Operario de costura

Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Subproceso: Acabado y empaque

Figura 28 Diagrama de flujo del subproceso acabado y empaque



Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 12 Descripción narrativa del subproceso de acabado y empaque

No.	ACTIVIDAD DEL FLUJO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Receptar y contabilizar las prendas confeccionadas	<ul style="list-style-type: none"> Recepta las prendas confeccionadas, las clasifica por tallas, contabiliza y registra. 	Responsable de acabado y empaque
2	Revisar las prendas confeccionadas	<ul style="list-style-type: none"> Retira hilos y revisa la prenda por derecho y revés con la finalidad de identificar si la misma contienen defectos. Si la prenda contiene defectos retorna al subproceso de costura; en caso contrario se realiza la actividad número 3. 	Responsable de acabado y empaque
3	Planchar y doblar prenda	<ul style="list-style-type: none"> Tiende las prendas sobre una mesa y procede a plancharlas y doblarlas. 	Responsable de acabado y empaque
4	Empacar prendas	<ul style="list-style-type: none"> Coloca las prendas en fundas individuales, sella con cinta adhesiva y empaca en fundas grandes para distribuirlas. 	Responsable de acabado y empaque
5	Distribuir las prendas	<ul style="list-style-type: none"> Transporta las prendas a los lugares de venta. 	Responsable de acabado y empaque

Fuente: Entrevista maquiladores

Elaborado por: Stefany Salazar

4.6.4 Análisis Organizacional

4.6.4.1 Misión

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir de excelente calidad y a precios competitivos, fabricamos prendas de vestir en diversas líneas para todos los gustos y preferencias, superando las expectativas de la población de la zona norte del país; para lo cual cuenta con un equipo humano competente y comprometido en su labor que permite asegurar la disponibilidad de productos y generar relaciones de confianza con nuestros clientes.

4.6.4.2 Visión

Posicionarnos en el mercado de la producción y comercialización de prendas de vestir como una empresa rentable, socialmente responsable y líder a nivel provincial y nacional por la calidad e innovación de los productos.

4.6.4.3 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos de la empresa de producción y comercialización de prendas de vestir han sido definidos tomando en consideración las cuatro perspectivas del Balanced Scorecard: finanzas, clientes, procesos y aprendizaje. (Montoya, 2011)

Perspectiva financiera:

- Asegurar la sostenibilidad financiera de la empresa.

Perspectiva del cliente:

- Aumentar la cuota de mercado cada año.

Perspectiva de procesos:

- Agilizar los procesos productivos de la empresa.
- Innovar en diseños de prendas de vestir.

Perspectiva de aprendizaje:

- Desarrollar habilidades de liderazgo en los trabajadores.

4.6.4.4 Políticas

Con la finalidad de entregar productos de calidad, ofrecer un buen servicio y velar por la seguridad e integridad de los clientes internos y externos se han establecido las siguientes políticas institucionales:

Política de calidad:

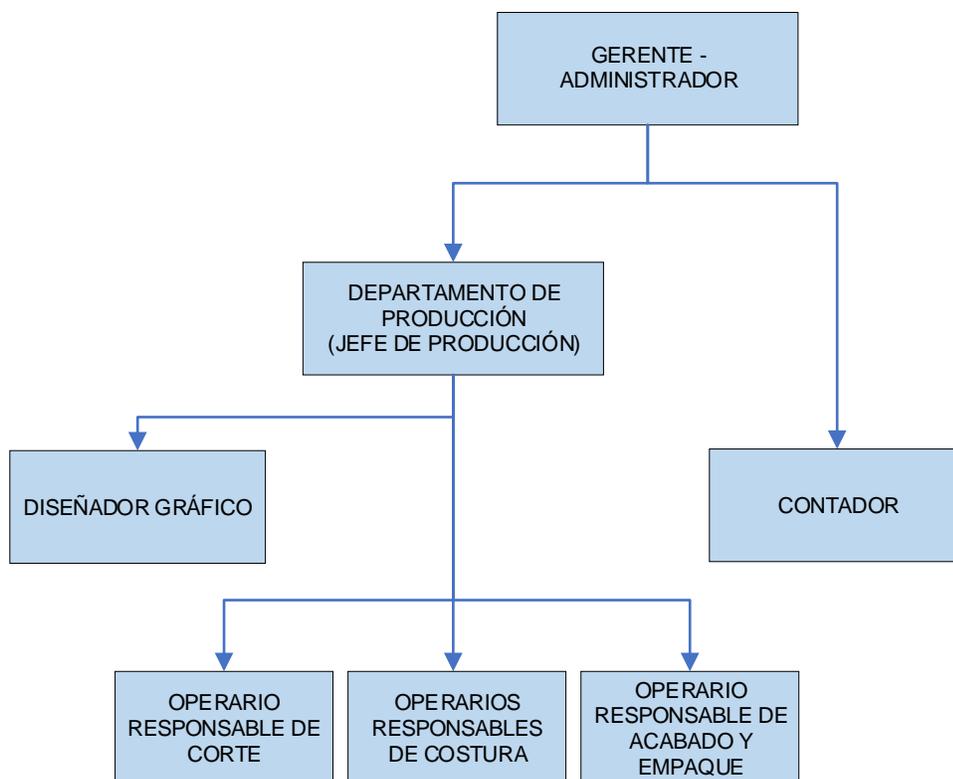
- Garantizar excelente calidad en cada prenda de vestir confeccionada, así como la entrega oportuna de los productos.
- Mejorar la satisfacción de los clientes a través de un proceso de mejoramiento continuo de la empresa.
- Fomentar la actitud positiva y el compromiso de nuestros empleados.

Política de seguridad y salud ocupacional:

- Identificar, evaluar y controlar los riesgos los riesgos a los que están expuestos los trabajadores durante el desarrollo de sus actividades de trabajo.
- Garantizar la seguridad, salud y bienestar de los trabajadores, así como su integridad física y mental durante el desarrollo de sus labores.
- Promover el desarrollo de una cultura de prevención de accidentes laborales.

4.6.4.5 Organigrama estructural

Figura 29 Organigrama de la empresa



Elaborado por: Stefany Salazar

4.6.4.6 Estructura funcional y operativa

Tabla 13 Estructura funcional y operativa de la empresa

NOMBRE DEL CARGO	PERFIL REQUERIDO	FUNCIONES
Gerente - Administrador	<ul style="list-style-type: none"> Título de tercer nivel en administración de empresas, ingeniería industrial o afines. Experiencia laboral de 2 años administrando empresas. Conocimiento del proceso productivo y procesos administrativos. 	<ul style="list-style-type: none"> Proponer estrategias financieras. Controlar y gestionar el cumplimiento de los procesos relacionados con recursos humanos, contabilidad y adquisiciones, seguridad y salud ocupacional. Representar legalmente a la empresa. Aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la empresa, por ejemplo: autorizar adquisición de materiales, seleccionar y aprobar contratación de personal, entre otros.

NOMBRE DEL CARGO	PERFIL REQUERIDO	FUNCIONES
Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante universitario cursando el tercer año en ingeniería industrial o ingeniería textil. • Experiencia laboral mínimo de 1 año en confección de prendas de vestir. Conocimiento del proceso productivo y de la maquinaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programar la producción. • Identificar necesidades de adquisición de materiales. • Analizar y proponer mejoras a los procesos productivos. • Velar por el correcto funcionamiento de maquinarias. • Coordinar el control de calidad.
Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante universitario cursando el tercer año en contabilidad y auditoría. • Experiencia laboral de 1 año en cargos similares. • Conocimientos de normas y leyes tributarias y contables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer estrategias de marketing y evaluar su desarrollo. • Identificar clientes potenciales. • Mantener un control del inventario de productos. • Llevar los registros contables de la empresa. • Presentar reportes y estados financieros a su inmediato superior y a la gerencia general.
Diseñador gráfico	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante universitario cursando el tercer año en diseño gráfico. • Experiencia de 1 año en cargos similares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar prendas de vestir innovadoras. • Realizar moldes de los diseños. • Identificar los materiales requeridos para la producción.
Operarios	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia laboral mínimo de 1 año en confección de prendas de vestir. Conocimiento del proceso productivo y de la maquinaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar el estado de la maquinaria. • Confeccionar las prendas de vestir. • Controlar la calidad de las prendas durante todo el proceso productivo.

Elaborado por: Stefany Salazar

4.6.5 Análisis legal

4.6.5.1 Marco legal vigente y relativo al proyecto

Con base en el análisis de las posibles formas societarias para llevar a cabo el proyecto se ha determinado que aquella que mejor se ajusta a la idea del negocio es una compañía de responsabilidad limitada, siendo la principal ventaja que ésta requiere menor capital para su constitución.

Por lo tanto, el proyecto para la conformación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir se sustenta y se rige a lo estipulado en la Ley de Compañías.

La empresa estará constituida por 6 socios y el capital estará formado por sus aportaciones en numerario o en especie, es decir, en dinero o en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía; en este último caso puede ser maquinaria de confección.

Categoría de empresa y actividad económica

De acuerdo al número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales esperadas, la empresa que va a conformarse se encuentra categorizada como “micro empresa”.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012) define la Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU 4.0. Con base en esta clasificación y de acuerdo a la actividad económica de la empresa, la CIIU es la siguiente:

- C: Industrias manufactureras.
- C14: Fabricación de prendas de vestir.
- C1410: Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.
- C1410.02: Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.

Proceso de constitución legal de la empresa

El proceso de constitución de la empresa se realizará en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguro.

En primera instancia se realiza la reserva de denominación desde el portal web de esta institución. Requiere el registro de cierta información de la empresa que va a constituirse a fin de verificar que el nombre propuesto no sea idéntico o similar a una denominación ya existente.

Posteriormente, a través de la página web se accede al formulario solicitud de constitución de compañía en el cual se debe completar información de los socios accionistas, datos de la empresa, cuadro de suscripciones, pago de capital, información de representante legal etc.

Se realiza el pago de los valores y el trámite se asigna a un notario para la validación de la información y asignación de fechas para la suscripción de los documentos.

Luego, el sistema envía automáticamente la información al Registro Mercantil a fin de obtenerse la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos.

Se genera un número de expediente y se remite la información del trámite al Servicio de Rentas Internas, donde se generará un número de RUC. Este proceso finaliza con la notificación de la constitución de la compañía.

Otras obligaciones legales

Registro de patente municipal, según lo establecido en el artículo 547 de Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

Permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

Registro patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Régimen tributario

Según lo establecido en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y su Reglamento, la empresa estará obligada a llevar contabilidad y estará sujeta al pago de impuestos en función a su capacidad económica.

Además, deberá pagar el impuesto de patentes municipales y metropolitanas.

4.7 Estudio Económico

4.7.1 Estudio Financiero

4.7.1.1 Presupuesto de inversiones

En las tablas que se presentan a continuación se muestra un detalle de los activos requeridos para la producción y comercialización de prendas de vestir.

Presupuesto de inversión activos fijos tangibles

Tabla 14 Inversión activos fijos tangibles

INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquinaria			
Máquina overlock	6	\$ 1.200,00	\$ 7.200,00
Cortadora de tela	1	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
Máquina recta	5	\$ 780,00	\$ 3.900,00
Máquina recubridora	6	\$ 980,00	\$ 5.880,00
Subtotal maquinaria		\$ 4.860,00	\$ 18.880,00
Muebles y enseres			
Escritorio	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Sillas	20	\$ 35,00	\$ 700,00
Archivador	2	\$ 90,00	\$ 180,00
Mesa para planchar	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Mesa para corte de tela	1	\$ 430,00	\$ 430,00
Subtotal muebles y enseres		\$ 825,00	\$ 2.150,00
Equipos de computación y software			
Computadora	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Impresora	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Subtotal equipos de computación y software		\$ 600,00	\$ 2.000,00
Equipo de oficina			
Suministros de oficina	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Teléfono fijo	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Subtotal equipo de oficina		\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES		\$ 6.365,00	\$ 23.110,00
Galpón	1	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			\$ 36.110,00

Elaborado por: Stefany Salazar

Presupuesto de inversión activos fijos tangibles

Tabla 15 Inversión activos fijos intangibles

INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES	
DETALLE	VALOR UNITARIO
Gastos de organización	
Constitución	\$ 414,94
Patente municipal	\$ 50,00
Total gastos de organización	\$ 464,94
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	\$ 464,94

Elaborado por: Stefany Salazar

Presupuesto de inversión total activos fijos

Tabla 16 Inversión total en activos fijos

INVERSIÓN TOTAL DE ACTIVOS	
Activos fijo tangibles	\$ 36.110,00
Activos fijo intangibles	\$ 464,94
TOTAL DE INVERSIÓN EN ACTIVOS	\$ 36.574,94

Elaborado por: Stefany Salazar

La inversión necesaria en activos fijos para ejecutar el proyecto de creación de una empresa de producción y comercialización de prendas de vestir es de \$ 36.574,94.

A continuación se detalla en la tabla número 17, la depreciación y el valor residual de los activos fijos citados anteriormente, empleando una tasa de depreciación de 10% para maquinaria, muebles y enseres; y 33% para equipos de computación y de oficina.

Tabla 17 Detalle de depreciación y valor residual

DESCRIPCIÓN	TOTAL	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL
Maquinaria	\$ 18.880,00	10%	\$ 1.888,00	\$ 157,33	10	\$ 9.440,00
Muebles y enseres	\$ 2.150,00	10%	\$ 215,00	\$ 17,92	10	\$ 1.075,00
Equipos de computación y software	\$ 2.000,00	33%	\$ 660,00	\$ 55,00	5	\$ -
Equipos de oficina	\$ 80,00	33%	\$ 26,40	\$ 2,20	5	\$ -
TOTAL	\$ 23.110,00		\$ 2.789,40	\$ 232,45		\$ 10.515,00

Elaborado por: Stefany Salazar

Por lo tanto, se obtiene una depreciación anual de \$ 2.789,40.

En la tabla número 18 se detalla la amortización de los activos fijos intangibles, considerando una tasa de 20%.

Tabla 18 Detalle de amortización

DESCRIPCIÓN	TOTAL	TASA DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
Gastos de organización	\$ 464,94	20%	\$ 92,99	\$ 7,75
TOTAL	\$ 464,94		\$ 92,99	\$ 7,75

Elaborado por: Stefany Salazar

La amortización anual de los activos fijos intangibles corresponde a \$ 92,99.

4.7.1.2 Costos del proyecto

En las tablas que se muestran a continuación se detallan los costos variables y costos fijos del proyecto. Los costos variables tienen una relación directa con el volumen de producción; mientras que los fijos permanecen constantes independientemente del volumen de unidades producidas.

Costos variables

Tabla 19 Costo de materia prima para producción mensual

COSTO DE MATERIA PRIMA PARA PRODUCCIÓN								
PRENDA / MATERIAL EMPLEADO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	COSTO DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN REAL DIARIA	PRODUCCIÓN REAL MENSUAL	PRODUCCIÓN REAL ANUAL	COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL
Leggins				\$ 6,59	107	2143	25712	\$ 14.110
Tela	Metro	1,5	\$ 3,80	\$ 5,70				\$ -
Elástico	Metro	0,8	\$ 0,90	\$ 0,72				\$ -
Etiquetas	Unidad	1	\$ 0,04	\$ 0,04				\$ -
Hilo	Cono	0,05	\$ 2,50	\$ 0,13				\$ -
Blusa				\$ 11,09	150	3003	36035	\$ 33.302
Tela	Metro	1,5	\$ 7,00	\$ 10,50				\$ -
Botones	Unidad	6	\$ 0,05	\$ 0,30				\$ -
Etiquetas	Unidad	1	\$ 0,04	\$ 0,04				\$ -
Hilo	Cono	0,1	\$ 2,50	\$ 0,25				\$ -

Buzos				\$ 7,37	167	3331	39976	\$ 24.535
Tela	Metro	1,8	\$ 4,00	\$ 7,20				\$ -
Hilo	Cono	0,05	\$ 2,50	\$ 0,13				\$ -
Etiquetas	Unidad	1	\$ 0,04	\$ 0,04				\$ -
Vestidos				\$ 9,17	137	2737	32844	\$ 25.085
Tela	Metro	1,8	\$ 5,00	\$ 9,00				\$ -
Hilo	Cono	0,05	\$ 2,50	\$ 0,13				\$ -
Etiquetas	Unidad	1	\$ 0,04	\$ 0,04				\$ -
Camiseta				\$ 4,97	107	2143	25712	\$ 10.638
Tela	Metro	1,2	\$ 4,00	\$ 4,80				\$ -
Hilo	Cono	0,05	\$ 2,50	\$ 0,13				\$ -
Etiquetas	Unidad	1	\$ 0,04	\$ 0,04				\$ -
Chompas				\$ 21,04	84	1673	20082	\$ 35.210
Tela	Metro	2	\$ 6,00	\$ 12,00				\$ -
Forro	Metro	2	\$ 4,00	\$ 8,00				\$ -
Hilo	Cono	0,2	\$ 2,50	\$ 0,50				\$ -
Cierre	Unidad	1	\$ 0,50	\$ 0,50				\$ -
Etiquetas	Unidad	1	\$ 0,04	\$ 0,04				\$ -
Camisas				\$ 11,27	125	2502	30029	\$ 28.190
Tela	Metro	1,8	\$ 6,00	\$ 10,80				\$ -
Hilo	Cono	0,05	\$ 2,50	\$ 0,13				\$ -
Botones	Unidad	6	\$ 0,05	\$ 0,30				\$ -
Etiquetas	Unidad	1	\$ 0,04	\$ 0,04				\$ -
UNIDADES PRODUCIDAS Y COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN						17532	210389	\$ 171.069

Elaborado por: Stefany Salazar

El costo de la materia prima para producir 17.532 unidades de prendas de vestir al mes asciende a \$ 171.069. Por lo tanto, al año se necesitaría \$ 2'524.688.

En la tabla número 20 se presenta el costo de la mano de obra requerida para la puesta en marcha de la empresa de producción y comercialización de prendas de vestir.

Tabla 20 Costo de mano de obra

COSTO DE MANO DE OBRA										
N°	CARGO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL IESS	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL ANUAL POR EMPLEADO	TOTAL ANUAL
12	Personal operativo	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$400,00	\$ 535,20	\$400,00	\$ 200,00	\$6.735,20	\$80.822,40

1	Jefe de producción	\$450,00	\$5.400,00	\$450,00	\$400,00	\$ 602,10	\$450,00	\$225,00	\$7.527,10	\$ 7.527,10
TOTAL COSTO MANO DE OBRA OPERATIVA									\$ 88.349,50	
1	Gerente – administrador	\$800,00	\$9.600,00	\$800,00	\$400,00	\$1.070,40	\$800,00	\$400,00	\$13.070,40	\$13.070,40
1	Diseñador	\$450,00	\$5.400,00	\$450,00	\$400,00	\$ 602,10	\$450,00	\$225,00	\$7.527,10	\$ 7.527,10
1	Contador	\$450,00	\$5.400,00	\$450,00	\$400,00	\$ 602,10	\$450,00	\$225,00	\$7.527,10	\$ 7.527,10
TOTAL COSTO MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA									\$ 28.124,60	

Elaborado por: Stefany Salazar

La tabla número 21 permite visualizar que el total de costos variables del proyecto es de \$ 177.804,43 al mes y 2'133.653,10 al año.

Tabla 21 Costos variables del proyecto

COSTOS VARIABLES		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Materia prima directa	\$ 171.069,23	\$ 2.052.830,70
Mano de obra directa	\$ 6.735,20	\$ 80.822,40
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 177.804,43	\$ 2.133.653,10

Elaborado por: Stefany Salazar

Costos fijos

A continuación se presenta un detalle de los costos fijos del proyecto, dentro de los cuales se incluye: costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y gastos de ventas.

Tabla 22 Detalle de costos fijos

COSTOS FIJOS		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Costos indirectos de fabricación		
Servicios básicos	\$ 80,00	\$ 960,00
Mantenimiento maquinaria	\$ 20,00	\$ 240,00
Mano de obra indirecta	\$ 627,26	\$ 7.527,10
Depreciación	\$ 232,45	\$ 1.888,00
Total costos indirectos de fabricación	\$ 959,71	\$ 10.615,10
Gastos de administración		
Sueldos	\$ 2.343,72	\$ 28.124,60
Amortización de intangibles	\$ 7,75	\$ 92,99
Depreciación	\$ 75,12	\$ 901,40
Total gastos de administración	\$ 2.426,58	\$ 29.118,99

Gastos de ventas		
Publicidad y marketing	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Total gastos de ventas	\$ 125,00	\$ 1.500,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 3.511,29	\$ 41.234,09

Elaborado por: Stefany Salazar

El costo total de producción de 17.532 prendas de vestir al mes y 210.389 al año se visualiza en la siguiente tabla:

Tabla 23 Costo total de producción

COSTO TOTAL		
Costos variables	\$ 177.804,43	\$ 2.133.653,10
Costos fijos	\$ 3.511,29	\$ 41.234,09
COSTO TOTAL	\$ 181.315,72	\$ 2.174.887,19

Elaborado por: Stefany Salazar

4.7.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo comprende los recursos que la empresa necesita para operar. Se obtiene al restar del costo total la depreciación de los activos tangibles y la amortización de los intangibles.

De acuerdo a esto, se determina que la empresa requiere un capital de trabajo de \$181.075,52 al mes.

Tabla 24 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
	MENSUAL	ANUAL
Costo total	\$ 181.315,72	\$ 2.174.887,19
Depreciación	\$ 232,45	\$ 232,45
Amortización	\$ 7,75	\$ 92,99
Capital de trabajo	\$ 181.075,52	\$ 2.174.561,75

Elaborado por: Stefany Salazar

La inversión total requerida para la puesta en marcha de la empresa considera los valores de activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y capital de trabajo. En la tabla número 25 se presenta un resumen de esta información.

Tabla 25 Inversión total requerida

INVERSIÓN TOTAL	
Activo fijo tangibles	\$ 36.110,00
Activo fijo intangible	\$ 464,94
Capital de trabajo	\$ 181.075,52
INVERSION TOTAL	\$ 217.650,46

Elaborado por: Stefany Salazar

El total de la inversión requerida es de \$ 217.650,46; de los cuales se va a solicitar un préstamo bancario por \$ 200.000,00 a 5 años plazo y con una tasa de interés anual de 8,33%. Por lo tanto, es preciso mencionar que se empleará dos fuentes de financiamiento: capital propio y préstamo bancario, tal como se observa en las tablas 26, 27 y 28.

Tabla 26 Fuentes de financiamiento del proyecto

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Capital propio	\$ 21.030,00	10%
Deuda	\$ 200.000,00	90%
TOTAL	\$ 221.030,00	100%

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 27 Detalle de la amortización del préstamo

Tabla de Amortización de un préstamo					
Periodos (años)		Periodos por año	Principal		Tasa nominal anual
5		12	200.000,00		8,33%
Meses	Deuda Inicial	Cuota de pago Mensual Fija	Intereses	Pagos al Principal	Deuda
1	200.000,00	4.086,94	1.388,33	2.698,61	197.301,39
2	197.301,39	4.086,94	1.369,60	2.717,34	194.584,06
3	194.584,06	4.086,94	1.350,74	2.736,20	191.847,85
4	191.847,85	4.086,94	1.331,74	2.755,20	189.092,66
5	189.092,66	4.086,94	1.312,62	2.774,32	186.318,34
6	186.318,34	4.086,94	1.293,36	2.793,58	183.524,76
7	183.524,76	4.086,94	1.273,97	2.812,97	180.711,79
8	180.711,79	4.086,94	1.254,44	2.832,50	177.879,29
9	177.879,29	4.086,94	1.234,78	2.852,16	175.027,13
10	175.027,13	4.086,94	1.214,98	2.871,96	172.155,17
11	172.155,17	4.086,94	1.195,04	2.891,90	169.263,28
12	169.263,28	4.086,94	1.174,97	2.911,97	166.351,31
13	166.351,31	4.086,94	1.154,76	2.932,18	163.419,12

14	163.419,12	4.086,94	1.134,40	2.952,54	160.466,58
15	160.466,58	4.086,94	1.113,91	2.973,03	157.493,55
16	157.493,55	4.086,94	1.093,27	2.993,67	154.499,88
17	154.499,88	4.086,94	1.072,49	3.014,45	151.485,43
18	151.485,43	4.086,94	1.051,56	3.035,38	148.450,05
19	148.450,05	4.086,94	1.030,49	3.056,45	145.393,60
20	145.393,60	4.086,94	1.009,27	3.077,67	142.315,94
21	142.315,94	4.086,94	987,91	3.099,03	139.216,91
22	139.216,91	4.086,94	966,40	3.120,54	136.096,36
23	136.096,36	4.086,94	944,74	3.142,20	132.954,16
24	132.954,16	4.086,94	922,92	3.164,02	129.790,15
25	129.790,15	4.086,94	900,96	3.185,98	126.604,17
26	126.604,17	4.086,94	878,84	3.208,10	123.396,07
27	123.396,07	4.086,94	856,57	3.230,36	120.165,71
28	120.165,71	4.086,94	834,15	3.252,79	116.912,92
29	116.912,92	4.086,94	811,57	3.275,37	113.637,55
30	113.637,55	4.086,94	788,83	3.298,11	110.339,44
31	110.339,44	4.086,94	765,94	3.321,00	107.018,44
32	107.018,44	4.086,94	742,89	3.344,05	103.674,39
33	103.674,39	4.086,94	719,67	3.367,27	100.307,13
34	100.307,13	4.086,94	696,30	3.390,64	96.916,49
35	96.916,49	4.086,94	672,76	3.414,18	93.502,31
36	93.502,31	4.086,94	649,06	3.437,88	90.064,43
37	90.064,43	4.086,94	625,20	3.461,74	86.602,69
38	86.602,69	4.086,94	601,17	3.485,77	83.116,92
39	83.116,92	4.086,94	576,97	3.509,97	79.606,95
40	79.606,95	4.086,94	552,60	3.534,33	76.072,61
41	76.072,61	4.086,94	528,07	3.558,87	72.513,75
42	72.513,75	4.086,94	503,37	3.583,57	68.930,17
43	68.930,17	4.086,94	478,49	3.608,45	65.321,72
44	65.321,72	4.086,94	453,44	3.633,50	61.688,23
45	61.688,23	4.086,94	428,22	3.658,72	58.029,51
46	58.029,51	4.086,94	402,82	3.684,12	54.345,39
47	54.345,39	4.086,94	377,25	3.709,69	50.635,70
48	50.635,70	4.086,94	351,50	3.735,44	46.900,25
49	46.900,25	4.086,94	325,57	3.761,37	43.138,88
50	43.138,88	4.086,94	299,46	3.787,48	39.351,40
51	39.351,40	4.086,94	273,16	3.813,77	35.537,62
52	35.537,62	4.086,94	246,69	3.840,25	31.697,37
53	31.697,37	4.086,94	220,03	3.866,91	27.830,47
54	27.830,47	4.086,94	193,19	3.893,75	23.936,72

55	23.936,72	4.086,94	166,16	3.920,78	20.015,94
56	20.015,94	4.086,94	138,94	3.948,00	16.067,95
57	16.067,95	4.086,94	111,54	3.975,40	12.092,55
58	12.092,55	4.086,94	83,94	4.003,00	8.089,55
59	8.089,55	4.086,94	56,15	4.030,78	4.058,76
60	4.058,76	4.086,94	28,17	4.058,76	0,00

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 28 Resumen de amortización e interese del préstamo bancario

DETALLE	1	2	3	4	5
Amortización (capital)	\$ 33.648,69	\$ 36.561,16	\$ 39.725,71	\$ 43.164,18	\$ 46.900,25
Intereses (gastos financieros)	\$ 15.394,57	\$ 12.482,11	\$ 9.317,55	\$ 5.879,09	\$ 2.143,01
Cuota total (C+I)	\$ 49.044,27	\$ 49.045,27	\$ 49.046,27	\$ 49.047,27	\$ 49.048,27

Elaborado por: Stefany Salazar

4.7.1.4 Presupuesto de ingresos y gastos proyectado

En esta sección se presenta el presupuesto de ingresos y gastos del proyecto a 5 años, considerando un crecimiento anual de 3%.

Tabla 29 Presupuesto de ingresos proyectado

PRODUCTO	PRODUCCIÓN ANUAL	PRECIO DE VENTA UNIDAD	TOTAL INGRESOS AÑO 1	TOTAL INGRESOS AÑO 2	TOTAL INGRESOS AÑO 3	TOTAL INGRESOS AÑO 4	TOTAL INGRESOS AÑO 5
Leggins	25712	\$ 10,50	\$ 269.977,68	\$ 278.077,01	\$ 286.419,32	\$ 295.011,90	\$ 303.862,26
Blusa	36035	\$ 11,00	\$ 396.380,16	\$ 408.271,56	\$ 420.519,71	\$ 433.135,30	\$ 446.129,36
Buzos	39976	\$ 11,00	\$ 439.734,24	\$ 452.926,27	\$ 466.514,06	\$ 480.509,48	\$ 494.924,76
Vestidos	32844	\$ 12,00	\$ 394.128,00	\$ 405.951,84	\$ 418.130,40	\$ 430.674,31	\$ 443.594,54
Camiseta	25712	\$ 9,50	\$ 244.265,52	\$ 251.593,49	\$ 259.141,29	\$ 266.915,53	\$ 274.922,99
Chompas	20082	\$ 18,00	\$ 361.471,68	\$ 372.315,83	\$ 383.485,31	\$ 394.989,86	\$ 406.839,56
Camisas	30029	\$ 16,00	\$ 480.460,80	\$ 494.874,62	\$ 509.720,86	\$ 525.012,49	\$ 540.762,86
INGRESOS TOTALES POR AÑO			\$2.586.418,08	\$ 2.664.010,62	\$ 2.743.930,94	\$ 2.826.248,87	\$2.911.036,34

Elaborado por: Stefany Salazar

Tabla 30 Presupuesto de costos y gastos proyectado

PERIODO	1	2	3	4	5
Costos directos					
Materia prima directa	\$ 2.052.830,70	\$ 2.114.415,62	\$ 2.177.848,09	\$ 2.243.183,53	\$ 2.310.479,04
Mano de obra directa	\$ 80.822,40	\$ 83.247,07	\$ 85.744,48	\$ 88.316,82	\$ 90.966,32
Total costos directos	\$ 2.133.653,10	\$ 2.197.662,70	\$ 2.263.592,58	\$ 2.331.500,35	\$ 2.401.445,36
Costos indirectos de fabricación					
Servicios básicos	\$ 960,00	\$ 988,80	\$ 1.018,46	\$ 1.049,02	\$ 1.080,49
Mantenimiento maquinaria	\$ 240,00	\$ 247,20	\$ 254,62	\$ 262,25	\$ 270,12
Mano de obra indirecta	\$ 7.527,10	\$ 7.752,91	\$ 7.985,50	\$ 8.225,07	\$ 8.471,82
Depreciación	\$ 1.888,00	\$ 1.888,00	\$ 1.888,00	\$ 1.888,00	\$ 1.888,00
Total costos indirectos de fabricación	\$ 10.615,10	\$ 10.876,91	\$ 11.146,58	\$ 11.424,34	\$ 11.710,43
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 2.144.268,20	\$ 2.208.539,61	\$ 2.274.739,16	\$ 2.342.924,69	\$ 2.413.155,79
Gastos de administración					
Sueldos	\$ 28.124,60	\$ 28.968,34	\$ 29.837,39	\$ 30.732,51	\$ 31.654,49
Amortización de intangibles	\$ 92,99	\$ 92,99	\$ 92,99	\$ 92,99	\$ 92,99
Depreciación	\$ 901,40	\$ 901,40	\$ 901,40	\$ 901,40	\$ 901,40
Total gastos de administración	\$ 29.118,99	\$ 29.962,73	\$ 30.831,78	\$ 31.726,90	\$ 32.648,87
Gasto de ventas					
Publicidad y marketing	\$ 1.500,00	\$ 1.545,00	\$ 1.591,35	\$ 1.639,09	\$ 1.688,26
Total gasto de ventas	\$ 1.500,00	\$ 1.545,00	\$ 1.591,35	\$ 1.639,09	\$ 1.688,26
GASTOS OPERATIVOS	\$ 30.618,99	\$ 31.507,73	\$ 32.423,13	\$ 33.365,99	\$ 34.337,14
Gastos financieros					
Gastos interés	\$ 15.394,57	\$ 12.482,11	\$ 9.317,55	\$ 5.879,09	\$ 2.143,01
GASTOS FINANCIEROS	\$ 15.394,57	\$ 12.482,11	\$ 9.317,55	\$ 5.879,09	\$ 2.143,01
COSTO TOTAL	\$ 2.190.281,76	\$ 2.252.529,44	\$ 2.316.479,84	\$ 2.382.169,77	\$ 2.449.635,94

Elaborado por: Stefany Salazar

4.7.2 Evaluación económica

4.7.2.1 Flujo de fondos

Con base en las proyecciones de ingresos y gastos detallados en las tablas 29 y 30 respectivamente, se procedió a realizar el flujo de fondos del proyecto; asimismo se calculó el VAN y la TIR con una tasa mínima aceptable del 10%.

Tabla 31 Flujo de fondos del proyecto

PERIODO	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 2.586.418,08	\$ 2.664.010,62	\$ 2.743.930,94	\$ 2.826.248,87	\$ 2.911.036,34
Costo de ventas		\$ 2.144.268,20	\$ 2.208.539,61	\$ 2.274.739,16	\$ 2.342.924,69	\$ 2.413.155,79

Utilidad operativa		\$ 442.149,88	\$ 455.471,01	\$ 469.191,78	\$ 483.324,18	\$ 497.880,54
Costos de operación		\$ 30.618,99	\$ 31.507,73	\$ 32.423,13	\$ 33.365,99	\$ 34.337,14
Gastos financieros		\$ 15.394,57	\$ 12.482,11	\$ 9.317,55	\$ 5.879,09	\$ 2.143,01
Depreciación		\$ 1.888,00	\$ 1.888,00	\$ 1.888,00	\$ 1.888,00	\$ 1.888,00
Utilidad antes de participación		\$ 394.248,32	\$ 409.593,18	\$ 425.563,10	\$ 442.191,10	\$ 459.512,39
15% trabajadores		\$ 59.137,25	\$ 61.438,98	\$ 63.834,47	\$ 66.328,66	\$ 68.926,86
Utilidad antes de impuesto		\$ 335.111,07	\$ 348.154,20	\$ 361.728,64	\$ 375.862,43	\$ 390.585,53
Impuesto a la renta		\$ 73.724,44	\$ 76.593,92	\$ 79.580,30	\$ 82.689,74	\$ 85.928,82
Utilidad después de impuestos		\$ 261.386,63	\$ 271.560,28	\$ 282.148,34	\$ 293.172,70	\$ 304.656,72
Depreciación		\$ 901,40	\$ 901,40	\$ 901,40	\$ 901,40	\$ 901,40
Flujo operacional		\$ 260.485,23	\$ 270.658,88	\$ 281.246,94	\$ 292.271,30	\$ 303.755,32
Inversiones fijas	\$ 36.574,94					
Valor residual						\$ 10.515,00
Capital de trabajo	\$ 181.075,52					
Recuperación capital de trabajo						\$ 181.075,52
Préstamos	\$ 200.000,00					
Amortización		\$ 33.648,69	\$ 36.561,16	\$ 39.725,71	\$ 43.164,18	\$ 46.900,25
Flujo de capitales	\$ (417.650,46)	\$ (33.648,69)	\$ (36.561,16)	\$ (39.725,71)	\$ (43.164,18)	\$ 144.690,26
FLUJO DE CAJA	\$ (417.650,46)	\$ 226.836,54	\$ 234.097,72	\$ 241.521,22	\$ 249.107,12	\$ 448.445,58

Elaborado por: Stefany Salazar

4.7.2.2 Evaluación financiera VAN y TIR

A continuación se presenta el cálculo del Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno, empleando una tasa mínima de interés de 10%.

$$VAN = \frac{f1}{(1+i)^{n1}} + \frac{2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f5}{(1+i)^{n5}} - I_0$$

$$VAN = \frac{226.836,54}{(1+0,1)^1} + \frac{234.097,72}{(1+0,1)^2} + \frac{241.521,22}{(1+0,1)^3} + \frac{249.107,12}{(1+0,1)^4} + \frac{448.445,58}{(1+0,1)^5} - (417.650,46)$$

$$VAN = \$612.085,17$$

Considerando que la tasa mínima aceptable de rendimiento que se le exige al proyecto es de 10% se obtiene un VAN de \$ 612.085,17. Por lo tanto, el proyecto debe aceptarse.

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{fn}{(1+i)^n}$$

$$0 = -417.650,46 + \frac{226.836,54}{(1+i)^1} + \frac{234.097,72}{(1+i)^2} + \frac{241.521,22}{(1+i)^3} + \frac{249.107,12}{(1+i)^4} + \frac{448.445,58}{(1+i)^5}$$

Empleando una hoja de cálculo se procedió a encontrar el valor de i . Dado esto, se registra un TIR de 53%.

Este porcentaje supera el valor de la tasa mínima aceptable; por lo tanto, el proyecto es rentable y debe aceptarse.

4.7.2.3 Costo promedio ponderado

La estructura financiera de la empresa estará conformada por capital propio 10% y capital ajeno obtenido a través de un préstamo bancario el 90%, de acuerdo al detalle que se presenta en la tabla 33.

Tabla 32 Estructura financiera de la empresa

ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA		
FUENTE DE FINANCIAMIENTO	VALOS USD	PORCENTAJE
Capital propio	\$ 21.030,00	10%
Préstamo bancario	\$ 200.000,00	90%
TOTAL	\$ 221.030,00	100%

Elaborado por: Stefany Salazar

La tasa de interés del préstamo es de 8,33%; no obstante, cabe mencionar que está es deducible de impuesto. Por lo tanto, para obtener el valor real se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Tasa de interés deducible de impuesto} = Kd (1 - T)$$

Donde:

Kd = tasa de interés

T = tasa de impuesto a la renta.

$$\text{Tasa de interés deducida de impuesto} = 0,0833 (1 - 0,22)$$

$$\text{Tasa de interés deducida de impuesto} = 6,5\%$$

En la tabla 34 se presenta el cálculo del costo promedio ponderado, empleando la tasa de interés deducida de impuestos calculada anteriormente y una tasa de rentabilidad de capital propio de 3,5% tomada como referencia del Banco Procredit.

Tabla 33 Cálculo del costo promedio ponderado

COSTO PROMEDIO PONDERADO				
FUENTE DE FINANCIAMIENTO	VALOS USD	PORCENTAJE	TASA DE INTERÉS Y RENTABILIDAD	COSTO PROMEDIO PONDERADO
Capital propio	\$ 21.030,00	10%	3,5%	0,35%
Préstamo bancario	\$ 200.000,00	90%	6,5%	5,85%
TOTAL	\$ 221.030,00	100%		6,20%

Elaborado por: Stefany Salazar

Posteriormente se realizó una comparación entre el costo promedio ponderado y la TIR a fin de determinar la rentabilidad del proyecto. En este sentido, se obtuvo que el costo de endeudarse con capital ajeno deduciendo impuestos es del 6,2% y la TIR es el 53%, lo que significa que la rentabilidad del proyecto es mayor al costo de deuda. Por lo tanto el proyecto será factible.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

La conformación de la empresa de producción y comercialización de prendas de vestir en la parroquia San Francisco de Natabuela, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, mediante la asociación de los maquiladores del sector, permite independizar los servicios prestados para la confección de las prendas y alcanzar un desarrollo empresarial y social en este sector productivo.

Por otra parte, la conformación de la empresa también permite mejorar las condiciones laborales de los maquiladores, en virtud de que al estar legalmente constituida se sujeta a la aplicación de la normativa legal vigente, ofreciendo a los maquiladores las garantías mínimas constitucionales, tales como salario justo, estabilidad laboral, beneficios de ley y condiciones laborales dignas.

La integración de los recursos tecnológicos disponibles para la producción permite aprovecharlos de mejor manera e incrementar la productividad.

A través del estudio de mercado realizado se determina que la población de la provincia de Imbabura que adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir es aquella que se encuentra en edades comprendidas entre los 15 y 44 años. Asimismo, se determina que la nueva empresa tendría un porcentaje de aceptación en el mercado de 68%, siendo posible incrementar esta proporción mediante el establecimiento de estrategias comerciales que logren persuadir e incidir positivamente en los clientes potenciales.

En el estudio del tamaño del proyecto se determinó que la capacidad real de producción de la empresa, considerando 15% de suplementos de los trabajadores y 8% de factor de merma inherente al proceso, con un solo turno laboral de 8 horas diarias y 40 horas semanales, es de 17.530 prendas de vestir al mes.

La inversión total requerida para la puesta en marcha de la empresa es de \$ 217.650,46; con lo cual se obtuvo un VAN de \$ 612.085,17 y una TIR de 53%, que indica que el proyecto es aceptable.

Al comparar el costo promedio ponderado (CPP) con la TIR se determinó que la estructura del capital de la empresa esta solventada frente a problemas futuros económicos, logrando así que la posición económica y financiera llegue a un equilibrio.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda ejecutar el proyecto, en razón de que presenta beneficios para los maquiladores del sector, ofreciéndoles la oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional y social; asimismo, la mejora de las condiciones laborales y de seguridad social.

Realizar un estudio de tiempos y movimiento para determinar con mayor objetividad los tiempos estándar de proceso productivo de elaboración de prendas de vestir.

Desarrollar estrategias comerciales para atraer clientes potenciales y lograr una mayor aceptación de la empresa en el mercado.

Capacitar al personal operativo de la empresa con el objeto de desarrollar sus capacidades y mejorar la productividad mediante la reducción de desperdicios y reprocesos.

6. REFERENCIAS

ALEGSA. (2 de Mayo de 2010). *¿Qué son recursos tecnológicos?* Obtenido de [www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar/Diccionario/C/8152.php): <http://www.alegsa.com.ar/Diccionario/C/8152.php>

Anaya, J. (2016). *Organización de la producción industrial*. Madrid: ESIC.

Asamblea Nacional Constituyente. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito: Registro Oficial.

Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (s.f.). *AITE*. Recuperado el 17 de Marzo de 2019, de www.aite.com.ec

Balderas, I. (18 de Mayo de 2017). *Enciclopedia latinoamericana*. Obtenido de latinoamericana.wiki.br: <http://latinoamericana.wiki.br/es/entradas/m/maquiladoras-mexicanas>

- Blogspot Definición Legal. (Mayo de 2015). *Condiciones de trabajo*. Obtenido de condiciones-de-trabajo.html: <https://definicionlegal.blogspot.com>
- Bustamante, S. (Junio de 2010). *Repositorio institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de dspace.ups.edu.ec: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4594/1/UPS-ST000519.pdf>
- Carrión, I., & Berasategi, L. (2010). *Guía para la elaboración de proyectos*. País Vasco.
- CSP GRUPO. (6 de Febrero de 2018). *Condiciones óptimas de trabajo*. Obtenido de cspgrupo.com: <https://cspgrupo.com/blog/>
- Economía y negocios. (26 de Julio de 2015). *Economía y negocios*. Obtenido de Definición.Co: <https://www.definicion.co/comercializacion/>
- EKOS NEGOCIOS. (2018). Industria manufacturera: el sector de mayor aporte al PIB. *EKOS*.
- Ferino, C. (Enero de 2015). *Repositorio digital de la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería, Ciencias Sociales y Administrativas*. Obtenido de <http://148.204.210.201/tesis/1457543315580MAESTRAENADM.pdf>
- Fernández, N. (2002). El desarrollo profesional de los trabajadores como ventaja competitiva de las empresas. Logroño: Cuadernos de gestión. Obtenido de www.ehu.es: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/214.pdf>
- García, R. (Octubre de 2010). *Repositorio institucional USAC*. Obtenido de <http://biblioteca.usac.edu.gt>: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3641.pdf
- Garza, E. D. (2015). *Modelos de producción en la maquila de exportación*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Gedesco. (8 de Enero de 2013). *definicion-de-productividad*. Obtenido de [gedesco.es](https://www.gedesco.es): <https://www.gedesco.es/blog/definicion-de-productividad/>
- Grifol, D. (2016). *definicion-de-productividad*. Obtenido de danielgrifol.es: <https://danielgrifol.es/definicion-de-productividad/>

Honorable Congreso Nacional. (2005). *Código del Trabajo*. Quito: LEXIS.

Huenchuan, S., & Guzmán, J. (18 de Junio de 2015). *cepal.org*. Obtenido de www.cepal.org:
https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/huenchuan_guzman_ppt.pdf

Mañé, J. (23 de Enero de 2012). *Crecimiento profesional*. Obtenido de teragrowth.com:
<http://teragrowth.com/crecimiento-profesional-emplead/>

Mendonca, S. (1998). *Elaboración y negociación de proyectos de desarrollo*. Lima.

Revista Prensa Gráfica. (2017). La importancia del crecimiento profesional. *La Prensa Gráfica*.

Ruiz, I. (2012). *Orígenes, evolución y contextos de la tecnología textil: la producción del tejido en la prehistoria*. Obtenido de <https://www.ugr.es/~arqueologyterritorio/PDF9/8-RuizdeH.pdf>

Sánchez, M. (Diciembre de 2011). *Repositorio institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de [Repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec):
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/3441/1/S%C3%A1nchez%20Merchan%20Maria%20De%20los%20Angeles.pdf>

Secretaría Nacional de Administración Pública. (2016). *Norma Técnica de Prestación de servicios y Administración por Procesos*. Quito: Registro Oficial.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (5 de Noviembre de 2009). Plan Nacional de Desarrollo. *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021*. Quito: Senplades.

Stern, L., El-Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (1998). *Canales de comercialización*. Madrid: Prentice Hall.

Suñé, A., Gil, F., & Arcusa, I. (2010). *Manual práctico de Diseño de Sistemas Productivos*. Obtenido de <https://books.google.com.ec>:

https://books.google.com.ec/books?id=AkR_hCGsTIUC&printsec=frontcover&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Universidad de Champagnat - Licenciatura en RR.HH. (5 de Marzo de 2001). *Desarrollo profesional*. Obtenido de gestiopolis.com: <https://www.gestiopolis.com/desarrollo-profesional/>

Universidad Politécnica Salesiana. (2012). La UPS en Cifras 2012. (S. T. Estadísticas, Recopilador) Cuenca, Ecuador.