

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis Previa a la Obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA BOUTIQUE PARA
PERSONAS CON SOBREPESO ”**

AUTORA:

LOPEZ ZAPATA SANDY ALEJANDRA

DIRECTOR:

LIC.C.P.A. Ds. Eps. CÁCERES GARCÍA NELSON GUSTAVO Msc.

QUITO, NOVIEMBRE 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, Noviembre 2011

Sandy Alejandra López Zapata

Dedicatoria

A Dios, por haberme regalado unos padres que siempre han estado a mi lado ofreciéndome las mejores oportunidades en mi vida, a mi hermano por ser un apoyo incondicional, a mi familia y amigos que son un regalo inigualable que Dios me concedió, a la persona que está a mi lado con quien he compartido gratos momentos y que gracias a todos ellos he logrado este gran paso en la vida.

Agradecimiento

Cuando culminas algo tan importante como la época universitaria, solo queda un gran agradecimiento a Galo y Amparo que son personas indispensables, han guiado mi camino con fuertes cimientos que me han empujado a terminar todo lo que algún día comencé, a la gran familia en la que se desarrolla mi vida que siempre han estado ahí incondicionalmente. A la querida persona que tanto tiempo ha estado a mi lado y que siempre me ha apoyado.

A mis maestros y amigos que gracias a sus experiencias he aprendido tanto y me he llevado gratos momentos que serán inolvidables.

ÍNDICE

CAPITULO I

1. Análisis del Sector	Pag.1
1.1 Introducción	Pag.1
1.2 Antecedentes y marco de desarrollo	Pag.2
1.3 Objetivo del Estudio	Pag.4
1.4 Definición de las necesidades del servicio	Pag.5
1.5 Definición de la calidad en el servicio	Pag.5
1.6 Recopilación y tabulación de datos de fuentes primarias	Pag.6
1.7 Análisis de la ubicación del proyecto	Pag.7

CAPITULO II

2. Análisis Organizacional	Pag.8
2.1 Aspectos Generales	Pag.8
2.1.1 Visión	Pag.8
2.1.2 Misión	Pag.9
2.1.3 Objetivos Estratégicos	Pag.9
2.1.4 Valores	Pag.9
2.1.5 Filosofía	Pag.10
2.1.6 Políticas Generales	Pag.10
2.1.7 Políticas Específicas	Pag.10
2.1.8 Marca y Logotipo	Pag.10
2.1.9 Matriz FODA	Pag.11
2.2 Análisis Interno	Pag.12
2.2.1 Talento Humano	Pag.12
2.2.2 Clima Organizacional	Pag.12
2.2.3 Cultura Organizacional	Pag.13
2.2.4 Organigrama Estructural	Pag.14
2.2.5 Organigrama Funcional	Pag.14

2.3 Análisis Externo	Pag.15
2.3.1 Clientes	Pag.16
2.3.2 Proveedores	Pag.17
2.3.3 Competencia	Pag.17
2.3.4 Variables económicas, sociales y políticas	Pag.18
2.3.4.1 Entorno Político	Pag.18
2.3.4.1 Entorno Económico	Pag.19
2.3.4.1 Entorno Social	Pag.20
2.3.5 Control Interno	Pag.20
 CAPITULO III	
3. Análisis Organizacional	Pag.24
3.1 Objetivos de la Investigación	Pag.24
3.2 Aspectos de la Investigación	Pag.25
3.2.1 Clientes Potenciales	Pag.25
3.2.1.1 Perfil del Cliente	Pag.25
3.2.1.2 Segmentación	Pag.25
3.2.1.2 Catastro de Clientes	Pag.27
3.2.1.3 Canales de Distribución	Pag.28
3.2.2 Ventajas y Desventajas del Proyecto	Pag.29
3.2.3 Potencial Competencia	Pag.30
3.3 Definición del servicio	Pag.32
3.4 Naturaleza del servicio	Pag.33
3.4.1 Diseño	Pag.33
3.4.2 Materia Prima	Pag.34
3.5 Análisis de la Demanda	Pag.35
3.5.1 Encuesta	Pag.38
3.5.2 Definición de la Muestra	Pag.39
3.5.3 Resultados de la Encuesta	Pag.41

3.5.4 Demanda Actual de Producto	Pag.56
3.5.5 Demanda Insatisfecha	Pag.56
3.6 Análisis de la Oferta	Pag.56
3.6.1 Clasificación de la Oferta	Pag.57
3.7 Análisis de Precios	Pag.58
3.8 Comercialización del Servicio	Pag.59
3.9 Estrategias de Introducción al Mercado	Pag.59
3.9.1.3 Diseños para la producción	Pag.62
3.9.1.4 Servicio Post Venta	Pag.62
3.9.1.5 Análisis de Cartera de Productos	Pag.62

CAPITULO IV.

4. Estudio Técnico	Pag.64
4.1 Localización de las instalaciones y riesgo de daño macro- micro localización grafico pichincha, quito y barrio.	Pag.64
4.2 Tamaño óptimo de las instalaciones espacio funcional en cada departamento	Pag.67
4.2.1 Obras civiles	Pag.67
4.2.2 Capacidad Instalada	Pag.68
4.2.3 Distribución del Local	Pag.68
4.3 Marco Legal de la Empresa	Pag.71
4.4 Factores de Riesgo que condicionan el tamaño del proyecto	Pag.72
4.5 Método cualitativo por puntos	Pag.73
4.6 Ingeniería del Proyecto	Pag.75
4.7 Determinación de factores para la adquisición de equipo y maquinaria	Pag.77
4.8 Distribución de materia prima, mano de obra y CIF por producto	Pag.83
4.9 Organización del recurso humano	Pag.86
4.9.4.8 Perfiles Personal Administrativo	Pag.92

CAPÍTULO V

5. Estudio Económico y Evaluación Financiera	Pag.99
5.1 Estudio Económico	Pag.99
5.1.1 Objetivos del Estudio	Pag.99
5.1.2 Costos	Pag.100
5.1.3 Materia Prima	Pag.100
5.1.4 Mano de Obra Directa	Pag.101
5.1.5 Mano de Obra Indirecta	Pag.102
5.1.6 Costos Indirectos de Fabricación	Pag.102
5.1.7 Costos Financieros	Pag.104
5.1.8 Inversión Fija	Pag.104
5.1.8.1 Cronograma de Inversiones	Pag.109
5.1.9 Depreciaciones	Pag.110
5.1.9.1 Métodos de Depreciación	Pag.112
5.1.10 Punto de Equilibrio	Pag.116
5.1.11 Financiamiento	Pag.128
5.2 Evaluación Financiera	Pag.131
5.2.1 Estado de Resultados	Pag.131
5.2.2 Balance General	Pag.135
5.2.3 Flujo de Fondos	Pag.139
5.2.4 Evaluación de Proyectos	Pag.142
5.2.4.1 Valor Presente Neto	Pag.143
5.2.5 Tasa Interna de Retorno	Pag.147
5.2.7 Razón Beneficio-Costo	Pag.149
5.2.8 Razón de Solvencia y Rentabilidad	Pag.150
Conclusiones	Pag.155
Recomendaciones	Pag.158
Bibliografía	Pag.160
Anexos	

ÍNDICE DE CUADROS

CAPITULO II

CUADRO 1: Matriz FODA	Pag.11
------------------------------	--------

CAPITULO III

CUADRO 2: Ventajas y Desventajas	Pag.29
---	--------

CUADRO 3: Materia Prima por prenda	Pag.34
---	--------

CUADRO 4: Procesos de Producción	Pag.35
---	--------

CAPITULO IV

CUADRO 5: Capacidad Instalada	Pag.68
--------------------------------------	--------

CUADRO 6: Comparativo entre Compañías	Pag.71
--	--------

CUADRO 7: Método Cualitativo por puntos	Pag.74
--	--------

CUADRO 8: Distribución de Materiales prenda: Ropa Interior	Pag.83
---	--------

CUADRO 9: Distribución de Materiales prenda: Blusas	Pag.84
--	--------

CUADRO 10: Distribución de Materiales prenda: Faldas	Pag.84
---	--------

CUADRO 11: Distribución de Materiales prenda: Pantalones	Pag.85
---	--------

CUADRO 12: Distribución de Materiales prenda: Abrigos	Pag.85
--	--------

CUADRO 13: Distribución de Salarios por trabajador	Pag.91
---	--------

CAPITULO V

CUADRO 14: MPD: Telas	Pag.101
------------------------------	---------

CUADRO 15: Personal Operativo	Pag101
--------------------------------------	--------

CUADRO 16: Personal Administrativo	Pag102
---	--------

CUADRO 17: Precio de Ventas	Pag102
------------------------------------	--------

CUADRO 18: CIF	Pag103
-----------------------	--------

CUADRO 19: Bienes de Control Administrativo	Pag103
--	--------

CUADRO 20: Capital de Trabajo	Pag105
--------------------------------------	--------

CUADRO 21: Capital de Trabajo	Pag106
--------------------------------------	--------

CUADRO 22: Rubros para calcular el capital de trabajo	Pag106
CUADRO 23: Inversión del Proyecto	Pag107
CUADRO 24: Inversión del Proyecto con y sin financiamiento	Pag108
CUADRO 25: Detalle de la Inversión del Proyecto	Pag109
CUADRO 26: Cronograma	Pag110
CUADRO 27: Depreciación	Pag116
CUADRO 28: Punto de Equilibrio Método Margen de Contribución	Pag119
CUADRO 29: Comprobación Punto de Equilibrio	Pag119
CUADRO 30: Cálculo del Punto de Equilibrio	Pag120
CUADRO 31: Costos Variables sin Financiamiento	Pag120
CUADRO 32: Costos Fijos sin Financiamiento	Pag121
CUADRO 33: Punto de Equilibrio de Volumen sin Financiamiento	Pag121
CUADRO 34: Ingreso por Ventas sin Financiamiento	Pag122
CUADRO 35: Punto de Equilibrio con Financiamiento	Pag124
CUADRO 36: Comprobación Punto de Equilibrio con Financiamiento	Pag124
CUADRO 37: Costos Variables con Financiamiento	Pag125
CUADRO 38: Costos Fijos con Financiamiento	Pag125
CUADRO 39: Punto de Equilibrio de Volumen con Financiamiento	Pag126
CUADRO 40: Ingreso por Ventas con Financiamiento	Pag126
CUADRO 41: Financiamiento	Pag130
CUADRO 42: Estado de Resultados sin Financiamiento	Pag133
CUADRO 43: Estado de Resultados con Financiamiento	Pag134
CUADRO 44: Balance General sin Financiamiento	Pag137
CUADRO 45: Balance General con Financiamiento	Pag138
CUADRO 46: Flujo de Fondos sin Financiamiento	Pag140
CUADRO 47: Flujo de Fondos con Financiamiento	Pag141
CUADRO 48: Tasa Mínima de Retorno Global	Pag144
CUADRO 49: VPN sin Financiamiento	Pag145
CUADRO 50: VPN con Financiamiento	Pag145

CUADRO 51: Cálculo de TIR con Financiamiento	Pag147
CUADRO 52: Cálculo de TIR sin Financiamiento	Pag148
CUADRO 53: VAN con TIR con Financiamiento	Pag148
CUADRO 54: Cálculo de TIR sin Financiamiento	Pag149
CUADRO 55: Apalancamiento	Pag150
CUADRO 56: Solvencia Total	Pag151
CUADRO 57: Capital de Trabajo y Razón de Liquidez	Pag151
CUADRO 58: Apalancamiento	Pag153
CUADRO 59: Solvencia Total	Pag153
CUADRO 60: Capital de Trabajo y Razón de Liquidez	Pag154

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPITULO II

GRÁFICO 1: Organigrama Pag.14

GRÁFICO 2: Cuadro de Mando Integral Pag.23

CAPITULO III

GRÁFICO 3: Canales de Distribución Pag.28

GRÁFICO 4: Canal Directo Pag.29

GRÁFICO 5: Población Ecuador Proyectada hasta año 2010 Pag.36

GRÁFICO 6: Población Provincia Pichincha Proyectada hasta año 2010 Pag.37

GRÁFICO 7: Población Provincia Pichincha Proyectada hasta año 2010 Pag.38

GRÁFICO 8: Tipos de Muestreo Pag.39

GRÁFICO 9: Tabulación Pregunta 1 Pag.41

GRÁFICO 10: Tabulación Pregunta 2 Pag.42

GRÁFICO 11: Tabulación Pregunta 3 Pag.43

GRÁFICO 12: Tabulación Pregunta 4 Pag.44

GRÁFICO 13: Tabulación Pregunta 5 Pag.45

GRÁFICO 14: Tabulación Pregunta 6 Pag.46

GRÁFICO 15: Tabulación Pregunta 7 Pag.47

GRÁFICO 16: Tabulación Pregunta 8 Pag.48

GRÁFICO 17: Tabulación Pregunta 9 Pag.49

GRÁFICO 18: Tabulación Pregunta 10 Pag.50

GRÁFICO 19: Tabulación Pregunta 11 Pag.51

GRÁFICO 20: Tabulación Pregunta 12 Pag.52

GRÁFICO 21: Tabulación Pregunta 13 Pag.53

GRÁFICO 22: Tabulación Pregunta 14 Pag.54

GRÁFICO 23: Tabulación Pregunta 15 Pag.55

GRÁFICO 24: Proceso de Producción Pag.60

GRÁFICO 25: Matriz BCG Pag.63

CAPITULO IV

GRÁFICO 26: Provincia de Pichincha	Pag.65
GRÁFICO 27: Ciudad de Quito	Pag.66
GRÁFICO 28: Ubicación de la Boutique	Pag.67
GRÁFICO 29: Diseño del Local	Pag.69

CAPITULO V

GRÁFICO 30: Área de Ensamble	Pag.88
GRÁFICO 31: Métodos de Punto de Equilibrio	Pag117
GRÁFICO 32: Punto de Equilibrio sin financiamiento	Pag123
GRÁFICO 33: Punto de Equilibrio sin financiamiento	Pag127
GRÁFICO 34: Apalancamiento, Solvencia y Liquidez sin Financiamiento	Pag152
GRÁFICO 35: Apalancamiento, Solvencia y Liquidez sin Financiamiento	Pag154

ÍNDICE DE TABLAS

CAPITULO III

TABLA 1: Tabulación Pregunta 1	Pag.41
TABLA 2: Tabulación Pregunta 2	Pag.42
TABLA 3: Tabulación Pregunta 3	Pag.43
TABLA 4: Tabulación Pregunta 4	Pag.44
TABLA 5: Tabulación Pregunta 5	Pag.45
TABLA 6: Tabulación Pregunta 6	Pag.46
TABLA 7: Tabulación Pregunta 7	Pag.47
TABLA 8: Tabulación Pregunta 8	Pag.48
TABLA 9: Tabulación Pregunta 9	Pag.49
TABLA 10: Tabulación Pregunta 10	Pag.50
TABLA 11: Tabulación Pregunta 11	Pag.51
TABLA 12: Tabulación Pregunta 12	Pag.52
TABLA 13: Tabulación Pregunta 13	Pag.53
TABLA 14: Tabulación Pregunta 14	Pag.54
TABLA 15: Tabulación Pregunta 15	Pag.55
TABLA 16. Muebles y Enseres	Pag.78
TABLA 17. Equipos de Computación	Pag.78
TABLA 18. Útiles de Oficina	Pag.79
TABLA 19. Telas	Pag.79
TABLA 20. CIF	Pag.80
TABLA 21. Maquinaria	Pag.80
TABLA 22. Cálculo Punto Equilibrio sin Financiamiento	Pag122
TABLA 23. Cálculo Punto Equilibrio con Financiamiento	Pag127
TABLA M1. Maquina Recta	Pag.80
TABLA M2. Máquina Overlock	Pag.81

TABLA M3. Máquina Recubridora	Pag.81
TABLA M4. Máquina Ojaladora	Pag.82
TABLA M5. Planchas	Pag.82

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de teoría y los conceptos básicos de administración, finanzas, marketing, economía, investigación y negociación encontrar las herramientas necesarias para proponer una nueva tendencia dentro del mundo de la moda y el cual es uno de los mejores negocios hoy en día y puesto a que hemos encontrado un mercado totalmente desamparado, podemos aprovechar la oportunidad para invertir en este y explotarlo al máximo.

La elección de este proyecto, boutique para tallas especiales, nació a raíz de estudios realizados a mujeres que día a día se enfrentan con el dilema de qué vestir, dentro de la parroquia Ñaquito, barrio La Carolina ubicada en el sector centro-norte de la ciudad donde se planteo una encuesta a personas que sufren y conocen de este problema, pues últimamente el mercado de la moda estereotipa a la mujer con cuerpo perfecto y olvida que en lo cotidiano existen mujeres con tallas superiores que no por ello dejan de ser exitosas. A través de la aplicación de una encuesta se conoció el grado de aceptación del proyecto y se midió la factibilidad del mismo, así los resultados de la investigación favorecieron a la aplicación del proyecto.

En la actualidad nos damos cuenta que la moda cruza fronteras y se adentra en el territorio de las mujeres de talla plus, con esta ingeniosa y variada colección de diseños para estas mujeres curvilíneas. Las propuestas de los diseñadores son tan amplias como sus creaciones, pero el propósito es el mismo: hacer sentir bellas y atractivas a las gorditas.

Para lograr el cumplimiento de los estudios, investigamos el entono tanto micro como macro, en el cual delimitamos el mercado meta y su ubicación ideal, de acuerdo a distintos aspectos como: estrato social, concentración de las personas con sobrepeso y la competencia.

Se realizó una inversión tanto en maquinaria, materia prima, costos indirectos de fabricación y mano de obra directa e indirecta, donde se destacan departamentos que acogen al personal Administrativo, Contable, Ventas, Producción y Diseño.

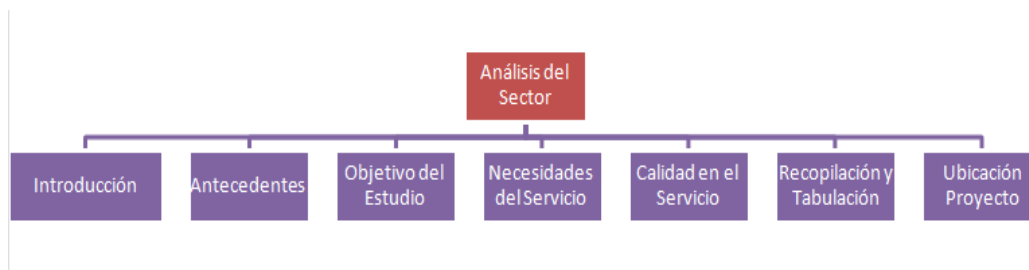
Nuestra empresa contará con un sistema de producción y ventas personalizado para cada cliente, además que nuestro local está distribuido de manera que cada persona encuentre su estilo.

La inversión Total de Proyecto constituye en \$25430.00, de los cuales \$10880.00 son capital propio y el resto fue financiado por el Banco del Pichincha mediante un crédito para microempresa.

El TMAR Global considerado para la evaluación económica es del 16,46%, el cual nos permite obtener un VAN que asciende \$2593.55 con un TIR del 19.58%, resultado que supone un proyecto rentable y por lo cual se espera tener una retribución de la inversión inicial, esto se determina ya que es una boutique que presta servicios adicionales, como la confección de prendas, la atención personalizada y la exclusividad de mercado a la que nos estamos direccionando.

CAPÍTULO I

Análisis del Sector



1.1 Introducción

La Revolución Industrial se desenvuelve en un periodo histórico entre la segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX, en el que la Europa continental, sufre el mayor conjunto de transformaciones socioeconómicas, tecnológicas y culturales de la Historia de la humanidad.

Esta revolución dio lugar a la mecanización de las industrias textiles y el desarrollo de los procesos del hierro. La expansión del comercio fue favorecida por la mejora de las rutas de transportes y posteriormente por el nacimiento del ferrocarril.

A principios de la década de los ochenta la economía mundial entró en un periodo de inflación, originada primordialmente por el alza de los precios del petróleo situación que obligó a los países desarrollados a aplicar políticas monetarias contraccionistas con la consecuente restricción del crédito y la elevación de las tasas de interés.

El sector manufacturero sufrió las consecuencias negativas de lo ocurrido en estos años. La participación de las manufacturas en el PIB que venían creciendo lentamente.

Al finalizar la década de los ochenta y comienzos de los noventa, hace su aparición el "neoliberalismo", como una respuesta teórica para "modernizar y hacer más competitivas las economías emergentes", aplicando aperturas de

choque que fortalecerían y harían más modernas las economías, pensando en la importancia de las ventajas comparativas entre los países y bajo el supuesto de que el mercado internacional haría una distribución justa de los recursos y que los países en desarrollo crecerían de manera acelerada, gracias a las nuevas condiciones de mercado.

Latinoamérica se considerará dominada por la producción minera desde el siglo XVIII por el Alto Perú, todo el complejo económico americano giraba alrededor de la extracción de la plata del Potosí, a este centro minero llegaban comerciantes de toda América para vender y comprar sus productos, donde Quito se especializó en la producción de telas de algodón y sobre todo de lana de oveja. Con el pasar del tiempo el sistema de producción doméstico fue el que dominó durante este siglo, se destacaron los obreros que eran los talleres en los que se concentraba la mano de obra indígena, luego con el crecimiento poblacional se posibilitó la expansión de la industria textil.

1.2 Antecedentes y marco de desarrollo

Desde el siglo XVIII empezó el desarrollo de la empresa textil, es desde ese momento que los pueblos empezaron a crear su propio estilo de vestimenta, que hoy en día se conoce como “moda”.

El desarrollo de este fenómeno, ha evolucionado con el pasar del tiempo desde los vestidos largos para damas y los pantalones cortos para caballeros hasta la moda actual que se adapta al estilo de vida de cada persona.

Hoy en día, las tendencias estarán dejando de lado a las modelos bellas y esbeltas para adaptarse más a nuestra realidad actual que se desarrollará con mujeres sencillas, amas de casa y profesionales que buscan en el mercado ropa que se adapte a sus medidas y sus necesidades.

En cada cultura existe un concepto de belleza, por ejemplo en algunas tribus indígenas africanas las mujeres con cuello largo o labios gruesos son las más

atractivas y antiguamente en china las mujeres con pies pequeños eran altamente codiciadas.

Es difícil que en una sociedad donde se crean mitos, especulaciones y complicaciones alrededor de las cosas más sencillas se evite que las personas caigan en enfermedades y trastornos relacionados con la autoestima, la imagen y la moda. Estos como su nombre lo indica, giran alrededor de la alimentación, por esto es difícil combatirlos ya que comer es el eje de nuestra cultura, es necesario para el organismo, pero desafortunadamente se han creado muchas ficciones alrededor de la alimentación.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha realizado varios estudios acerca de enfermedades donde acotan que en América Latina, la prevalencia de obesidad infantil y juvenil es elevada.

La obesidad y el sobrepeso se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud, se considera que esta enfermedad ya que no solo afecta el cuerpo sino también la salud social del paciente.

El estudio ecuatoriano de Mejoramiento de las Prácticas Alimentarias y Nutricionales de Adolescentes Ecuatorianos (MEPRADE), que se efectuó en el año 2004, se encontró que el sobrepeso, basado en el IMC, fluctuaba entre el 12% y 15% en las mujeres y entre 8% y 10% en los varones de zonas urbanas, mientras que en el área rural se mantenía en alrededor de 2% en ambos sexos. El sobrepeso predominó en los estratos socioeconómicos altos, pero también se manifestó con bastante frecuencia en los estratos de medios y bajos ingresos, especialmente en las mujeres.

El mercado objetivo, ha crecido potencialmente dentro de los últimos años, es por esto que se debe crear un área donde exista moda especializada que atienda las necesidades de manera inmediata.

La mayoría de las mujeres tiene tallas que distan del estándar que publicitan los medios de comunicación, la industria de la moda se ha empeñado en no fabricar prendas apropiadas para ellas, se estima que las mujeres con tallas más grandes son la mitad de la población femenina, las mismas que se les califica con un alto poder de compra.

Lo más paradójico de todo esto, es que las tallas grandes son las verdaderas representantes de la mujer media, según un reciente estudio demográfico nos lleva a qué mundo de la moda no aprovecha esta gran oportunidad de encajar en este nuevo mercado femenino que presenta una gran demanda insatisfecha, y al no cumplir sus expectativas estaremos dejando relegadas a una gran cantidad de mujeres con sobrepeso que buscan ansiosas un lugar apto para su estilo.

El sector textil ya esta explotado dentro de la ciudad de Quito, pero nuestro interés va hacia un mercado diferente, el mismo que se encuentra olvidado y presto para ser atendido.

1.3 Objetivo del Estudio

Identificar los factores que determinan la factibilidad y rentabilidad de una boutique para personas con sobrepeso, elaborando un marco teórico que defina y diseñe instrumentos para servicios y productos fuera de lo común, los mismos que ayudaran a establecer un sistema de gestión eficiente que contribuye al crecimiento de las personas dentro de una sociedad llena de estereotipos.

Se deberá analizar la viabilidad existente en el área que va a ser objeto de investigación para aplicar el proyecto mediante una observación adecuada de las tendencias y situación actual de la afluencia de personas con sobrepeso.

Introduciremos nuevas tendencias de moda, ayudando a que las personas obesas se integren nuevamente a la sociedad, las propuestas de los diseñadores son tan amplias como sus creaciones, pero el propósito es el mismo: hacer sentir bellas y atractivas a las mujeres con exceso de peso.

Para lograr el cumplimiento del estudio, podemos investigar el entorno tanto micro como macro, en el cual se encuentra delimitado el mercado meta así como la ubicación de la boutique, también se investigará distintos aspectos como: estrato social, poder de compra, la aceptación del producto y la competencia. Obteniendo resultados que permitan encontrar soluciones concretas para la creación de un nuevo estilo de moda y la acogida de las diferentes clientas.

1.4 Definición de las necesidades del producto y servicio

El diseñar vestuario para personas obesas tiene como principal razón ofrecer un servicio a la sociedad. A menudo, este se traduce en una mejora de la calidad de vida de las personas.

Los diseñadores y confeccionistas aun no se adaptan a las demandas gente con sobrepeso mientras que semanalmente se ve un aumento en la tendencia para esta nueva moda. La mayoría de las tiendas ofrece ropa más grande, pero no está adaptada a un tallaje óptimo para nuestro estudio, además, no cuenta con prendas conforme a la demanda actual.

1.5 Definición de la calidad en el producto y servicio

En el momento de introducir una nueva tendencia en el mercado, nos centraremos en el tan exigente target femenino, tomando en cuenta que supliremos una necesidad de producir tallas más grandes de lo habitual y enfocaremos todos nuestros esfuerzos en diseños de vestuario que se adapte a nuestras clientas que buscan sobresalir en la sociedad.

A partir de esto se pretende desarrollar productos personalizados, además de añadir servicios de asesoría y diseño, con materia prima de excelente calidad, y personal idóneo. Se definirá un lugar adecuado para la implantar este proyecto, se incorporará un área para desfiles de moda, infraestructura para el diseño y confección de las prendas.

1.6 Recopilación y tabulación de datos de fuentes primarias

Los estudios se realizarán con datos actualizados desde el año 2001-2010, tomaremos en cuenta los índices actualizados de la población con sobrepeso, ingresos económicos, que se encontrarán en fuentes como el INEN y también utilizaremos bibliografía actual como libros de administración, finanzas, etc. Posteriormente se realizará una encuesta para poder evaluar si este proyecto tendrá una aceptación en el mercado, el cual buscaremos los siguientes resultados:

- La mayoría de personas con exceso de peso no tienen un lugar fijo para realizar sus compras, en ocasiones llevan su vestuario a su costurera de confianza para que lo adecue a su cuerpo.
- No saben de la existencia de una boutique exclusiva para cubrir sus necesidades
- No encuentran modelos actualizados y que se ajusten a su figura.
- Su dificultad más grande es encontrar ropa interior y ropa formal para los compromisos importantes donde demanda elegancia y alta costura.
- En los lugares donde realizan sus compras no existen profesionales que les aconsejen acerca de las técnicas de vestuario que estas personas lo exigen.
- La apreciación más grande de estos mercados es encontrar prendas a la moda, que se ajusten a su edad y que sean cómodas y elegantes a su vez, la calidad es una apreciación muy fuerte para este mercado debido a que cuando encuentran algo que realmente se adapte a su condición lo quiere conservar por un largo período de tiempo.

Estos resultados nos ayudarán mucho a comprender como debemos introducirnos en este mercado ya que sus exigencias son muy altas y para

satisfacerlas se debe estudiar cada estilo de vida, la producción se basará en prendas para toda edad y adaptada a sus altas tallas.

1.7 Análisis de la ubicación del proyecto

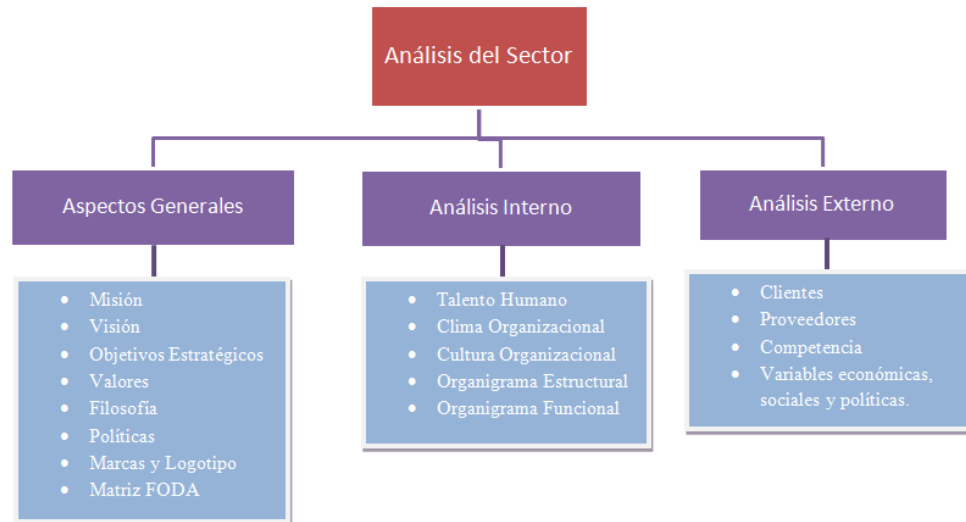
El desarrollo del proyecto se realizará en un lugar donde el comercio es más frecuente, hemos escogido el centro norte de la ciudad debido que aquí se concentra mayoritariamente el sector productivo de la ciudad.

Las instalaciones estarán ubicadas en las inmediaciones del sector Iñaquito, ubicado en la dirección: Juan González y Juan Pablo Sanz, donde el acceso a la tienda es fácil y existen varios medios de movilización.

El horario establecido es de 10:00 a 19:30 horas, el cual se adapta a los consumidores que necesitan atención preferencial como aquellas mujeres que trabajan en horarios continuados y van a realizar compras al finalizar sus labores.

CAPÍTULO II

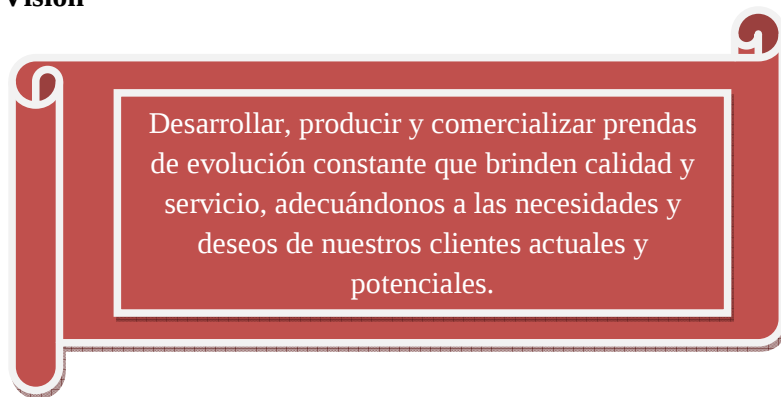
Análisis Organizacional



2.1 Aspectos Generales:

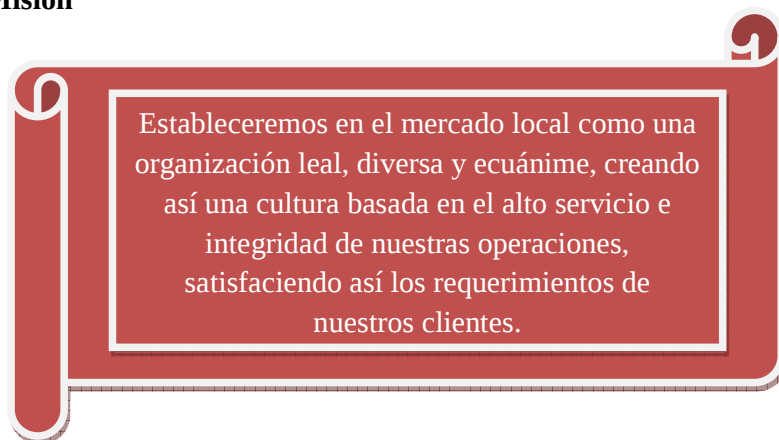
Análisis organizacional es una cultura que permite una progresiva inclusión de roles, sectores, niveles jerárquicos y grupos de poder, para resolver conjuntamente los problemas.¹

2.1.1 Visión



¹ http://www.degerencia.com/articulo/estructura_y_procesos_de_la_organizacion

2.1.2 Misión



Estableceremos en el mercado local como una organización leal, diversa y ecuatoriana, creando así una cultura basada en el alto servicio e integridad de nuestras operaciones, satisfaciendo así los requerimientos de nuestros clientes.

2.1.3 Objetivos Estratégicos

- Posicionar nuestra tendencia dentro del segmento líder del mercado.
- Incorporar permanentemente nuevas tecnologías en los procesos desarrollados en la empresa.
- Desarrollar y capacitar a nuestro personal en todas las áreas, potenciando los valores de profesionalismo, calidad y servicio.
- Respetar el medioambiente a través de un desarrollo sostenible en todas las etapas involucradas en proceso productivo.

2.1.4 Valores

- Comprometerse como organización asegurarán la lealtad y la integración de un equipo gerencial con objetivos y propósitos comunes, requisito indispensable para el logro de un desempeño empresarial eficiente y eficaz.
- Transparencia, honestidad y eficiencia en las relaciones con los clientes, la competencia y el mercado en general, nuestra empresa asegurará la confianza y respeto que existe en la organización.
- Sabemos que el tiempo de nuestros clientes es lo más valioso, por lo cual nuestra consigna es que cada trabajo sea entregado

oportunamente.

- Satisfacer al cliente cumpliendo con sus requerimientos, apoyados en un proceso de reducción de conformidades y reduciendo desperdicios, ofreciendo así variedad de productos y un servicio personalizado.

2.1.5. Filosofía

El Cliente es vital para nuestra empresa, por lo que sus opiniones, ideas y deseos son nuestra mayor prioridad con el objeto de mejorar la calidad de nuestro producto y servicio.

2.1.6 Políticas Generales

- La empresa esta orientada a desarrollar confiabilidad y respeto hacia nuestra fuerza laboral, para capacitarla y motivarla logrando así los objetivos establecidos por la Empresa.
- Promover el uso óptimo de los recursos, realizando mejoras continuas en la atención del cliente final, vinculándose más a su situación actual y recibiendo ayuda de profesionales, alentando a su desarrollo personal.

2.1.7 Políticas Específicas

- Crear niveles de organización y control de calidad para optimizar el tiempo de producción y atención a nuestra selectiva gama de clientes.
- Establecer procesos, asignar tareas y crear departamentos para equilibrar el trabajo en equipo, así se disminuirá el tiempo de atención.

2.1.8 Marca y Logotipo

Es un signo de sustitución, un símbolo en el sentido exacto del

término.

La boutique va adoptar el nombre de Safira, su significado es de origen hindú.

Expresando: color, ánimo, alegría, y complemento artístico.



2.1.9 Matriz FODA.

CUADRO # 1

MATRIZ FODA

Fortalezas	Oportunidades
1.-El nuevo estilo de moda atraparé inmediatamente a nuestro mercado objetivo de personas con sobrepeso. 2.- Las instalaciones estarán divididas en departamentos para que cada proceso tenga su espacio y el cliente se sienta cómodo. 3.- Se imprimirá un pequeño taller, para que las diseñadoras puedan involucrarse en el proceso de confección. 4.- Contaremos con visitas espontáneas de profesionales como médicos, nutricionistas y psicólogos. 5.- Contaremos con diseños exclusivos, lo que le dará una ventaja competitiva y así diferenciarse en el mercado.	1.- Posibilidad de incrementar participación en el mercado, debido a que los diseños de competidores son obsoletos y no aptos para nuestra clientela. 2.- Se incorporará canales de distribución, ya que la venta será al mayor y menor. 3.- Se realizarán convenios con estéticas, peluquerías y spa. 4.- Se realizarán desfiles en la tienda, donde las modelos serán personas comunes al igual que nuestras clientas.
Debilidades	Amenazas
1.- Existe una alta competencia en boutiques para damas. 2.- Debido a que la empresa recién se está fundando la tecnología va a ser limitada, por lo que necesitaremos hacer economías de escala. 3.-No contamos proveedores comprometidos con la empresa. 4.- No tenemos clientes fijos por lo que nuestra confección de vestuario no es continua, no contamos con alto stock en materia prima y los tiempos de entrega se alargan.	1.- Los cambios de clima nos hacen variar a menudo con la tendencia de la moda. 2.- Puede existir imitaciones con precios y calidades menores que pueden desprestigiar la idea principal del proyecto. 3.- La publicidad va a ser altamente costosa debido a que es un producto nuevo.

Elaborado por: autora

Fuente: Investigación Personal

2.2 Análisis Interno

La empresa ha perseguido determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de mantener y desarrollar una ventaja competitiva.

2.2.1 Talento humano

Es la Administración de Recursos Humanos, el cual es un proceso de búsqueda, selección, contratación y formación de todo el personal de la organización.²

Safira se desarrolla en un nivel de descentralización, por lo que atendemos las exigencias tanto de nuestro personal como el de nuestra clientela, para esto necesitaremos apoyo en las relaciones de las distintas áreas funcionales de la empresa, así como en las habilidades de cada uno de nosotros.

Implantaremos reglas y procedimientos para enlazar todos los recursos y formar un clima cómodo para todos los empleados y jefes.

Nuestra misión es transmitir las impresiones sobre el diseño y el color de la ropa automáticamente se pondrán a trabajar a pleno rendimiento para intentar satisfacer esta demanda.

Para nuestro talento humano, nuestra empresa invertirá en una capacitación trimestral no solo en cuanto a la confección y diseño, sino también acerca de los distintos problemas que sufren las personas con sobrepeso.

2.2.2 Clima organizacional

Es el ambiente que se crea y se vive en las organizaciones laborales, los estados de ánimo y como estas variables pueden afectar el desempeño de los trabajadores.³

² CHIAVENATO, I. (2001) Administración de Recursos Humanos. (3ª Ed.)

³ AGUADO, R, Clima Organizacional, Un acercamiento a su identificación, Edición 2005

La organización se desarrolla dentro de un ambiente de amistad y complicidad, debido a que la mayoría del personal serán mujeres, compartiremos experiencias e ideas innovadoras para mejorar nuestro negocio diariamente.

Intentamos que cada empleado se comprometa abiertamente con la organización, realizaremos tareas de integración del personal y diferentes actividades para mantener un clima agradable de trabajo.

Dentro de la organización se realizarán las siguientes tareas:

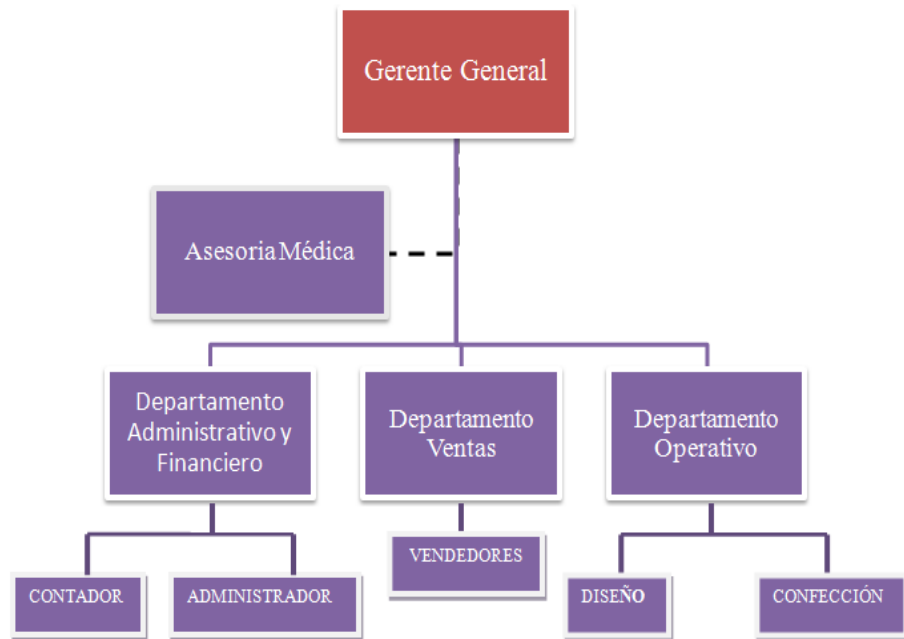
- Reuniones quincenales en las cuales se trate de los logros y fracasos de cada departamento.
- Establecimiento de metas individuales y por departamento, que podrán ser propuestas en las reuniones y se pueden trabajar por el equipo de manera democrática.
- Las metas se deben establecer con tiempos límites, para que exista un parámetro de medición.
- Implementar el reconocimiento al esfuerzo, creatividad y actividades extracurriculares por medio del programa del “empleado del mes”.
- Establecer una política de información, en la cual se publicará los turnos y los nombres de las personas que los ocuparán.

2.2.3 Cultura Organizacional

Crea el ambiente humano en el que los empleados realizan su trabajo, una cultura puede existir en una organización entera o bien referirse al ambiente de una división, filial, planta o departamento.

2.2.4 Organigrama Estructural

GRÁFICO # 1
ORGANIGRAMA



Elaborado por: autora

Fuente: Investigación Personal

2.2.5 Organigrama Funcional

Nuestra empresa está liderada principalmente por un Gerente General, que a su vez cumple las funciones de Representante Legal, a su cargo se encuentra el asistente de gerencia quien da soporte a la gerencia para que cumpla con sus funciones de una manera responsable y puntual, el mismo llevará una agenda ordenada para cumplir a cabalidad todos los asuntos.

La empresa cuenta con tres departamentos principales:

1. **Departamento Administrativo:** En este departamento se encuentra la Contadora quien realizara cortes quincenales

para informar a la gerencia y al administrador sobre el crecimiento de la empresa.

2. **Departamento de Ventas:** Este departamento se encargará de capacitar a los vendedores para una atención personalizada a los clientes, también evaluará su desempeño periódicamente y realizará las planificaciones acerca de sus horarios rotativos.
3. **Departamento Operativo:** En este departamento se divide en dos secciones, la primera es de diseño donde se realizarán los borradores y los prototipos de los modelos que se van a confeccionar, está a cargo de dos diseñadoras las cuales formaran un equipo de trabajo fuerte y eficaz, la segunda es el confección aquí estarán las modistas que se encargan de fabricar los modelos que se encuentran en papeles.

Asesoría Médica: Aquí se encuentra la psicológica quien dará citas dos veces por semana para nuestras clientas.

2.3 Análisis Externo

Implica la recolección y evaluación de información económica, social, cultural, demográfica, geográfica, política, gubernamental, tecnológica y competitiva, con el objeto de identificar las oportunidades y amenazas claves que afronta una organización. Este incluye todos los factores que afectan la demanda actual y especialmente la futura que podría satisfacer la empresa.

La sociedad ecuatoriana, aún tiene el tabú de las prendas de vestir a estas personas, dentro de los estudios podemos ver que el índice de sobrepeso es alto, por lo que deja un mercado desatendido.

A pesar que existe una amplia gama de boutiques, ninguna de estas atiende de manera exclusiva a este sector ya que sus diseños son simples y la atención no es personalizada, por otro lado a muchas de las personas con sobrepeso les

cuesta mucho visitar una boutique donde solamente muestren modelos para gente delgada.

El negocio busca adaptarse a las personas con sobrepeso, haciendo de esto algo común y llamativo para evitar que nuestros clientes sientan vergüenza o recelo a ingresar a nuestras instalaciones. Realizaremos campañas por medios de comunicación escritos como: trípticos, hojas volantes, anuncios en periódicos residenciales, esto nos ayudará a llegar de una manera más directa a personas rezagadas por su condición física.

2.3.1. Clientes

Identificamos nuestros clientes potenciales mediante una investigación en la cual muestra las problemáticas de las personas con sobrepeso, realizamos un cuestionario, donde se planteaban preguntas acerca de lo difícil que es conseguir ropa apropiada para su condición, también acotamos el tema de la moda y el servicio que es escaso o nulo para nuestro mercado objetivo, ya que no existen tiendas comunes con personas preparadas para atender a este tipo de clientes, por esta razón han ido retirando las prendas del mercado abandonándolo totalmente .

Luego de evaluar todos los ítems de cada propuesta de investigación llegamos a la conclusión que mercado objetivo es muy frágil, ya que a pesar de contar con un nivel económico medio o alto no le permite encontrar vestimenta a su gusto, no cuenta con variedad y con la atención personalizada que la solicita constantemente.

Nuestros clientes son seleccionados, debido a que nuestra boutique se enfoca en un tipo de mercado exclusivo, el del sobrepeso, por lo que debemos tratarlos con la mayor naturalidad posible de modo que se adapten poco a poco a la sociedad y puedan lucir elegantes, sentirse cómodas y ser admiradas en cualquier situación de su diario vivir.

Con nosotros el cliente dispondrá de un amplia gama de opciones a la hora de vestir, planes y programas para sobresalir y sentirse a gusto con su cuerpo, la atención se realizará en áreas especializadas y disponibilidad será absoluta para cada una de estas, ya que contamos con tecnología,

metodologías y herramientas propias para especializarnos en el bienestar de este mercado objetivo.

2.3.2 Proveedores

Es una parte muy importante dentro de la empresa, contaremos tanto con proveedores de materia prima, para la realización de vestuario en nuestro pequeño taller como también proveedores de alta costura que nos realizarán diseños que se ajusten a nuestros requerimientos de tallaje.

Las tiendas con las que realizaremos una alianza estratégicas será: Atavío, debido a que esta tienda ya es confeccionadora de prendas de vestir, pero la poca producción que la dedica a personas de tallaje alto se queda en su inventario por mucho tiempo, por lo que podemos conseguirla a un menor costo y por otro lado la empresa cuenta con disposición de producir algunos modelos que tienen alta demanda en tallas mucho más grandes de lo habitual, así nuestra presencia en el mercado del sobrepeso se irá ampliando.

Los suplidores de materia prima serán: ELITRADE Cia.Ltda, EALPE Cia. Ltda, los cuales cuentan con precios cómodos y atención personalizada.

2.3.3. Competencia

Actualmente en el mercado existen boutiques reconocidas en este rubro de confecciones para damas; pero en el país aun no existe una competencia directa acerca de la confección de ropa para personas con sobrepeso.

Por especializarse en la fabricación y comercialización del mercado del sobrepeso y además segmentarse al mercado de damas la empresa obtiene una ventaja competitiva basada en la alta calidad del producto y en sus diseños actuales e innovadores por tratarse de una marca hecha solo para un tipo de segmento.

2.3.1 Competidores Potenciales

Aquí se situarían todas aquellas empresas ya establecidas, medianas o pequeñas que se dediquen al rubro de la confección y comercialización de

vestuario para gente común y que la traten de adaptar a nuestro estilo de producción; es decir, todas aquellas empresas que cubran la necesidad de atuendo.

2.3.2 Identificación y Análisis de los Competidores

La competencia en el sector de confecciones se encuentra fragmentada en miles de microempresas ya sean familiares, de mediano, de gran tamaño que son bien administradas con tecnología, capacidad y calidad. Siendo éstas:

- ETAFASHION
- DE PRATI
- SUPER ÉXITO
- CASA TOSI
- RIO STORE

Para evitar que la competencia adueñe de nuestro mercado objetivo, tenemos que Implementar estrategias de marketing que permitan crear una imagen positiva en la mente del consumidor. Buscar innovaciones tanto de los productos como del servicio, que aumenten y mejoren la producción y distribución, para minorizar a la competencia actual y a la nueva competencia que pretenda entrar al mercado.

2.3.4. Variables económicas, sociales y políticas

La empresa requiere de un constante crecimiento que asegure su existencia en los mercados en que opera además esto debe de realizarse a un costo razonable y a una utilidad justa relacionada con los recursos invertidos.

2.3.4.1 Entorno Político

Debemos tomar en cuenta que estamos en un país en cual no tenemos estabilidad política, ya que en los últimos tiempos hemos tenido varios problemas con los mandatos presidenciales, además de esto han

existido intentos de golpes de estado lo que pone en riesgo la inversión extranjera y por ende la inversión nacional, esto ha perjudicado a las grandes empresas por lo que estas buscan explotar nuevos mercados y tratando de absorber a las pequeñas y medianas industrias.

Cuando apostamos a un nuevo proyecto que no se ha llevado a cabo dentro del país contamos con un riesgo, la imposibilidad de manejarlo hace aun más importante que nosotros los administradores tengamos en cuenta los riesgos políticos antes de efectuar una inversión.

Para invertir en un nuevo proyecto debemos estudiar el entorno político y de los riesgos que genera es necesario conocer quiénes son los gobernantes y sus grupos de apoyo, así como también es necesario analizar el sistema político existente en el país y las relaciones que mantiene el gobierno a nivel nacional e internacional.

2.3.4.2 Entorno económico

Para dar inicio la inversión debemos estudiar el impacto, las causas y los costos que suponen para la sociedad la inflación, otro factor importante de estudio es el desempleo, ya que además del alto costo social, el desempleo obliga a un incremento sustancial de transferencias por parte del gobierno.

Para esto debemos entender el funcionamiento del sistema económico a nivel macro, pues es dentro de ese marco que la empresa y los proyectos estratégicos se desarrollan. Lo importante con respecto a la economía no es solo entender su funcionamiento y nivel de desarrollo, sino que también el poder predecir, dentro de cierto margen razonable, su comportamiento futuro y el efecto de este sobre los rendimientos de los proyectos de inversión.

Nuestro país cuenta con poca inversión nacional, ya que la mayoría de empresas buscan inversiones extranjeras, además debemos tomar la mano de obra barata que está invadiendo nuestro país debido a la

inmigración de países con menor nivel económico como: Colombia, Perú y Cuba, a esto también se le suma la apertura que existe en las fronteras para la entrada al Ecuador, esto dificulta la competencia de talentos, ya que la mayoría de empresas no valoran el trabajo nacional, sino que se vinculan más con las personas extranjeras por el bajo precio de su trabajo.

Debemos analizar la presencia del SRI y de los impuestos que se debe pagar periódicamente, podemos analizar la posibilidad de afiliarnos al RISE que es un sistema para microempresas y que nos ayudaría mucho a las declaraciones de los primeros años.

2.3.4.3 Entorno Social

En el país tenemos diferentes niveles sociales, por lo que debemos adaptar nuestro negocio a cada uno de estos, también debemos tomar en cuenta todos los problemas que causa la sociedad a nuestro mercado objetivo.

Al sobrepeso, en la sociedad ecuatoriana es considerado una enfermedad incurable, aun se trata a este sector de la población con recelo y se los avergüenza, por lo que nuestra empresa considero necesario la atención médica y psicológica, para evitar que nuestras clientas tengan problemas con su autoestima y se desarrolle una relación directa para que este se comprometa con la organización.

2.3.5 Control Interno

Es un instrumento de eficiencia y no un plan que proporciona un reglamento tipo policíaco o de carácter tiránico, el mejor sistema de control interno, es aquel que no daña las relaciones de empresa a clientes y mantiene en un nivel de alta dignidad humana las relaciones de patrón a empleado.

La función del control interno es aplicable a todas las áreas de operación de los negocios, de su efectividad depende que la administración obtenga la

información necesaria para seleccionar de las alternativas, las que mejor convengan a los intereses de la empresa.

Objetivos

- Examinar, verificar y evaluar la Gestión: Administrativa, Financiera y Operativa.
- Aplicar indicadores de Gestión y Control.
- Señalar la segmentación adecuada del personal a operar dentro de la empresa.
- Aplicar las normas y disposiciones legales aplicables a la empresa.
- Promover la eficiencia en las operaciones y el acatamiento de las políticas establecidas por la empresa.

Para diseñar el sistema de control interno que nos ayudará a evaluar la gestión de la institución es necesario definir y analizar los procesos existentes para determinar las falencias y proponer las recomendaciones correspondientes.

Para la realización de este análisis se realiza un cuadro de mando integral, en el que se evalúa en conjunto las variables que se obtienen de los principales procesos de la institución.

1. Analizar la misión de la institución

La Misión es la razón de ser de la empresa y refleja la actividad central que realiza.

2. Definir la estrategia y los objetivos organizacionales:

En la misión se definen las estrategias y los objetivos a cumplir dentro de cada una y éstas se encuentran agrupadas en las 4 perspectivas del Cuadro de Mando Integral: Finanzas, Clientes, Procesos internos y Aprendizaje y Crecimiento de la institución.

Los objetivos deben tener las siguientes características

- Ser medibles o cuantificables
- Ser alcanzables o factibles de realizar
- Estar sujetos a cumplirse en una fecha prefijada o tangibles
- Ser conocidos y aceptados por todos los miembros de la organización.
- Estar relacionados con la Misión y presentar retos para alcanzarla.

3. Analizar los procesos existentes:

Se debe analizar los procesos que se desarrollan en la empresa identificando las debilidades, controles existentes y desvíos de información para encaminar dichos pasos a la consecución de los objetivos propuestos.

4. Establecer recomendaciones y mejora:

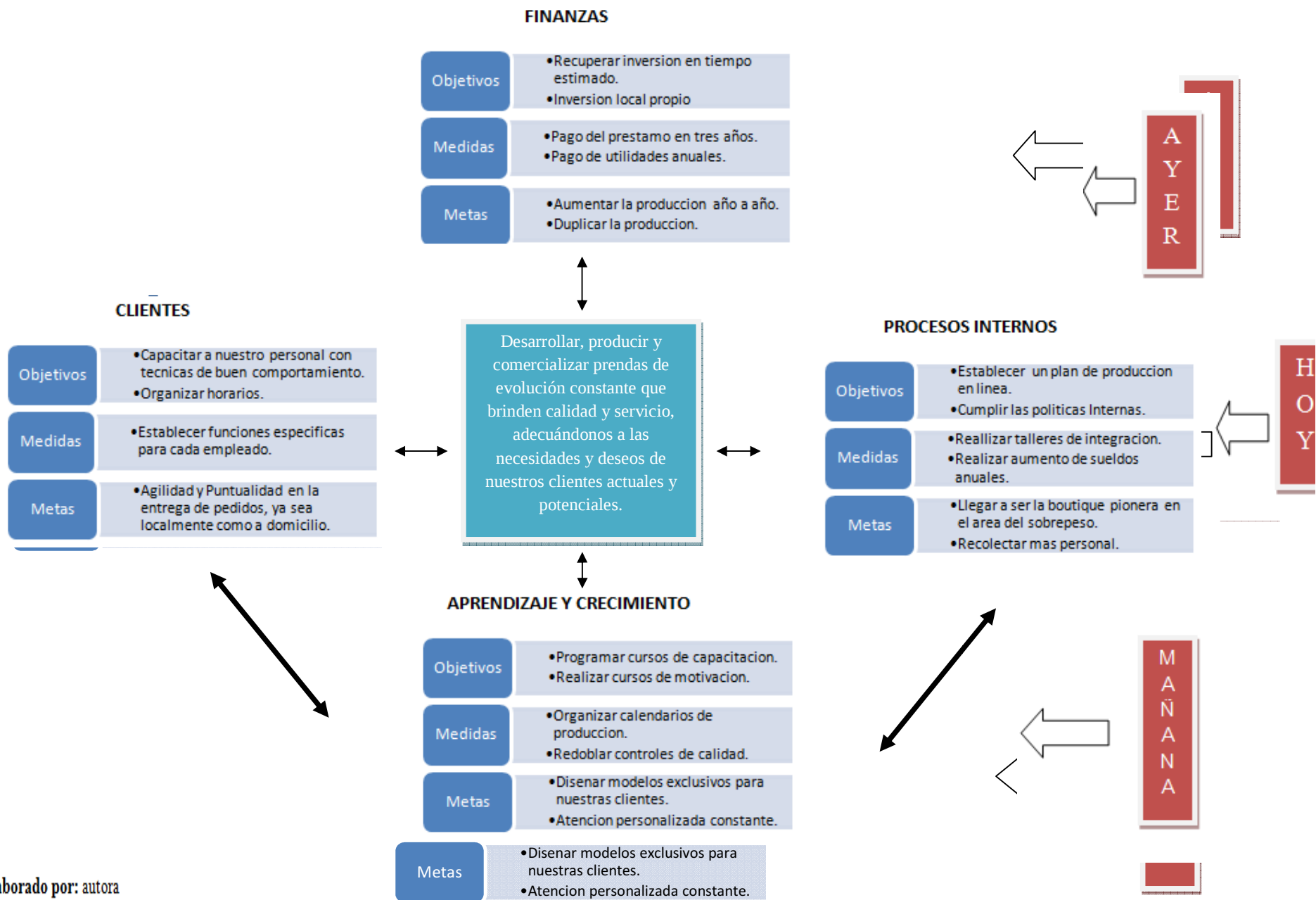
Luego de analizar las causas existentes e identificar los puntos débiles se establecen recomendaciones y mejoras a estas para hacer uso eficiente y eficaz de los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros que posee la organización.

5. Definir procesos nuevos:

Con la ejecución de las recomendaciones que se hicieron en el paso anterior se mejoran los procesos existentes y se crean nuevos, diseñados para alcanzar los objetivos.

GRÁFICO # 2

CUADRO DE MANDO INTEGRAL

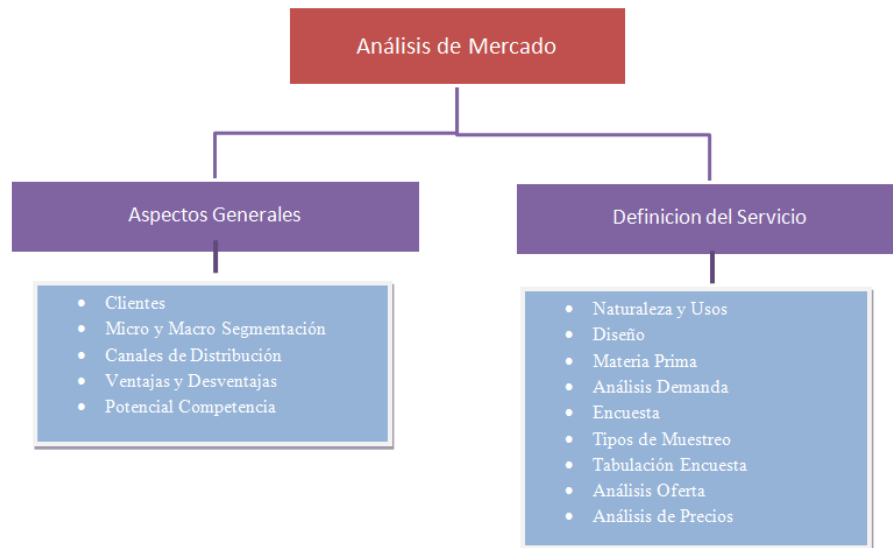


Elaborado por: autora

Fuente: Cuadro de Mando Integral CEEI (Creación y Desarrollo de Empresas)

CAPÍTULO III

Análisis de Mercado



El proyecto se basa en un estudio de implantación de una boutique para personas con sobrepeso, en la ciudad de Quito. Siendo necesario partir con la ejecución de una encuesta que permita medir la aceptación del producto y/o servicio.

3.1 Objetivos de la investigación de mercado

3.1.1 Objetivo General

Conocer, entender y analizar el comportamiento del grupo objetivo, de clientes y no clientes, con la finalidad de enriquecer la nueva línea de producción de vestuario y accesorios.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Por medio del FODA, identificar y analizar las oportunidades o amenazas del sector productivo ecuatoriano para la creación de la boutique.
- Aplicar encuestas con el fin de identificar el mercado y sector objetivo.
- Determinar los elementos y características para el diseño del producto y del servicio que se ofrecerá.

- Definir en base a las investigaciones, las expectativas de la demanda insatisfecha, al igual que sus hábitos, frecuencia de compra e intervalos de precios.
- Analizar aspectos relevantes sobre la presentación del producto y/o servicio.

3.2 Aspectos de la investigación

Involucrará el diseño, desarrollo e implementación del proyecto investigativo, cuyo propósito es la creación de una boutique que comercialice vestuario para personas con sobrepeso.

3.2.1 Clientes potenciales

Los diseños exclusivos se enfocaran al género femenino, adulto, adolescente e infantil cuyas características físicas y corporales evidencian sobrepeso.

3.2.1.1 Perfil del Cliente

- **Género:** femenino
- **Edades:**
 Infantil de 6 a 12 años
 Adolescentes de 13 a 18 años
 Adultas de 19 a 65 años
- Mujeres de tallas plus.

3.2.1.2 Segmentación

La empresa va dirigida a mujeres con características similares entre ellas, estilo, educación, sofisticación y buen gusto por la moda, las mismas que con talla plus no tenían acogida dentro de las boutiques de la ciudad.

3.2.1.2.1 Macro Segmentación: Este análisis permite tomar un mercado referencial desde el punto de vista del comprador, de acuerdo a tres dimensiones: necesidades, tecnología, grupos de compradores y producto objetivo.

Necesidades: esta responde a la pregunta: Qué necesidades satisfacer?

Nos enfrentamos a un mercado de personas con tallas plus, que está abandonado en la sociedad, la misma que demanda vestuario adecuado a su figura, con colores y estilos elegantes.

Tecnología: esta responde a la pregunta Como satisfacer estas necesidades?

Boutique Safira en la búsqueda de satisfacer las necesidades, lanza un nuevo estilo de vestir, brindando exclusividad, calidad y estilo.

Compradores: Responde a la pregunta: A quien satisfacer?

Al nuevo mercado objetivo constituido por mujeres con sobrepeso, que se encuentran segmentado por edades, para posteriormente hacer un diseño por edad.

Producto Mercado: El producto o servicio se define a través de las necesidades, tecnologías y el grupo de consumidores a satisfacer.

Personas que adquieren nuestro producto según su edad, teniendo como valor agregado el servicio pos venta de cada una de las clientas.

3.2.1.2.2 Micro Segmentación

Dentro del producto mercado, se identifican los grupos de compradores de acuerdo a varias características.

* **Ubicación Geográfica:** Sector Norte de la ciudad de Quito.

* **Sexo:** femenino

* **Edad:** 6-65 años

* **Actividad:** Estado de dependencia (adolescentes y niñas) e independencia (Mujeres que trabajan, madres de familia y personas mayores de edad).

3.2.1.2 Catastro de Clientes

Comprende el conjunto de registros y procedimientos que permiten la exacta identificación y localización de los usuarios de los servicios. Este registro ayudará a crear una base de datos para cada usuario donde se enlistarán las características físicas y el nivel económico. Para lo que es obligatorio llenar el formulario de inscripción en todos sus campos con datos válidos para poder utilizar los servicios, el futuro cliente deberá completarlo con su información personal de manera exacta, precisa y verdadera ("Datos Personales") y asume el compromiso de actualizarlos conforme resulte necesario.

Nuestra boutique entregará un certificado de garantía a la protección y confidencialidad de la información procesada y de cualquier otro tipo de dato que nos proporcionen.

Cuando el cliente realiza una compra en nuestra boutique, será registrado en un catastro para recibir información referente a los nuevos productos, ofertas, servicios y otros, mediante medios de comunicación como fax, teléfono o correo electrónico.

A cada cliente se le enviara un bosquejo previo de su diseño o a su vez se le llamara para una prueba, antes de la entrega de su vestimenta, y obtener conformidad de ambos lados.

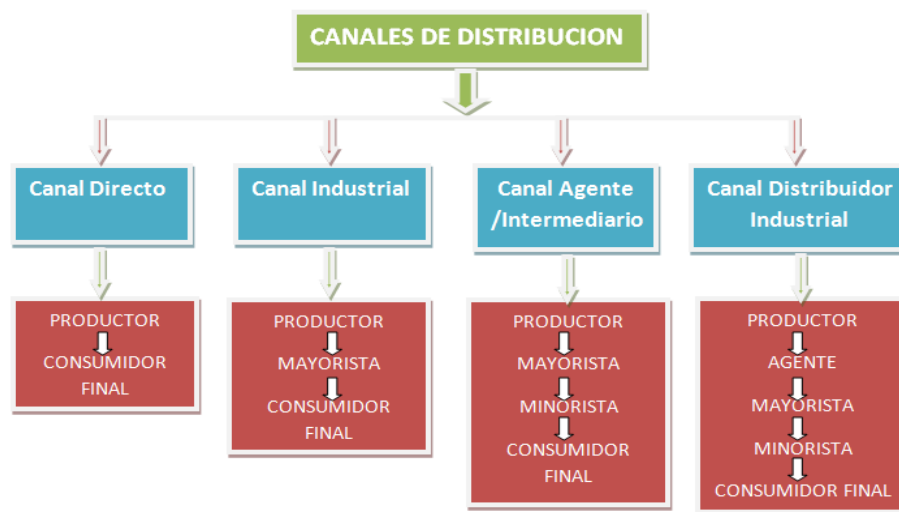
3.2.1.3 Canales de Distribución

Los canales de distribución son un factor clave de diferenciación y cumplen muchos roles agregadores de valor. En particular, son fundamentales para generar una experiencia de compra memorable y entregar servicios complementarios que el proveedor no puede dar.

Debido a que la boutique albergara a los clientes dentro de las instalaciones, nuestro objetivo será el de la comercialización directa. Por otro lado, el canal que sirva al segmento, deberá tener vendedores entrenados para dar apoyo en el punto de venta. Estas tareas serán las futuras cláusulas contractuales entre proveedores y distribuidores.

GRÁFICO # 3

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: autora

Fuente: Investigación Canales de Distribución Marketing

CANAL DIRECTO

Boutique Safira utilizará un canal directo para la comercialización del producto, este es lo más aconsejado cuando se trata de un producción industrial.

GRÁFICO # 4

CANAL DIRECTO



Elaborado por: autora

Fuente: Investigación Canales de Distribución Marketing

3.2.2 Ventajas y Desventajas del Proyecto

CUADRO # 2

VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Ventajas	Desventajas
• Proyecto innovador lo que atraerá mucho público en su inauguración. • Las prendas serán confeccionadas y clasificadas por categorías de acuerdo a edades y tallaje. • Existirá un taller de confección exclusivo para la fabricación de los modelos de la boutique. • Nuestra boutique dispondrá de asesoramiento profesional. • Se incorporará además venta de accesorios como: joyería, cinturones, zapatos, etc.	• La gran acogida de marcas extranjeras en la sociedad ecuatoriana. • Esteriotipos por los aspectos físicos de cada persona. • Existirán imitaciones que pueden desprestigiar la idea principal del proyecto. • Nuestro local de comercialización será alquilado.

Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación Propia

3.2.3 Potencial Competencia

En el estudio no distinguimos a simple vista competidores directos ya que es un producto nuevo, pero existen boutiques que intentan adaptar sus diseños hacia personas con sobrepeso incrementando una talla adicional como la extra-large, pero a pesar de esto no satisface al cliente en su totalidad, las tallas grandes solo las acondicionan a un vestuario común y rezagado y no clasifican por edades o por estaciones.

Aquí podemos enlistar nuestros principales competidores indirectos:

- ✓ **De Prati:** Es una cadena de moda que está promocionando escasos modelos para personas con sobrepeso, su última colección “INKRE”, en el cual se direcciona hacia adolescentes mayores con tallas plus, pero este es solo un stock limitado de prendas como son licras, blusas y sacos. También cuenta con una sección para mujeres mayores con exceso de peso, pero su espacio en de la boutique es muy restringido.



- ✓ **Etafashion:** Esta boutique se divide en segmentos para niñas, adolescentes y mujeres adultas, es aquí donde existe un pequeño espacio para personas con tallas plus, pero sus tallas se restringen hasta un tamaño XXL, aun no se pueden adaptar al nuevo sistema de moda que queremos implantar.



- ✓ **Super Éxito:** No tiene un espacio asignado para las personas obesas, es decir, en algunas de las gamas de productos simplemente se amplía el tallaje e intenta adaptarse al mercado del sobrepeso.



- ✓ **Almacenes RM:** Aquí encontramos muy poca vestimenta para personas con sobrepeso al igual que los anteriores competidores, se intenta adaptar ampliando su gama para mujeres adultas únicamente, es así que es posible que se pueda encontrar una talla XXL.



- ✓ **Atavio:** Se está empezando a adaptar a personas con sobrepeso con una producción para tallas XXL, pero solo se enfoca en el mercado adulto, y se limita básicamente a vender pocas prendas como: jeans, blusas y sacos.



3.3 Definición del servicio

El proyecto consiste en diseñar y confeccionar vestuario para personas con sobrepeso, además de accesorios que complementan su elegancia.

Nuestros clientes deben ubicarse en estratos socio económicos medios o altos que guarde concordancia con la calidad de los productos y la localización de nuestro servicio.

En la boutique podrán encontrar vestuario y accesorios para mujeres de todas las edades con exceso de peso, así como también una asesoría a cargo de profesionales tanto en el diseño y confección de cada prenda como un

departamento psicológico para que le ayude aceptar su condición física y sentirse orgullosa de sí misma.

El compromiso de la boutique es adecuar cada espacio para que se pueda cumplir el propósito de satisfacción al cliente final, además contaremos con procedimientos debidamente establecidos, sujeto a estrictos controles y mejora continua.

3.4 Naturaleza y usos del servicio

Los productos utilizarán materiales de alta calidad, serán confeccionados con maquinaria y equipo de tecnología de punta y comercializados privilegiando las necesidades del cliente a través de un servicio personalizado.

3.4.1 Diseño

Como política empresarial, el diseño de las prendas de vestir obedezca al cumplimiento de varios estudios:

1. Requerimiento del cliente
2. Contextura, estatura, cutis y cabello.
3. Estaciones climáticas
4. Cultura
5. Edad
6. Moda
7. Combinación de colores
8. Requerimiento del cliente
9. Contextura, estatura, cutis y cabello.
10. Estaciones climáticas
11. Cultura
12. Edad
13. Moda
14. Combinación de colores

Al concluir el estudio se procederá a realizar bocetos, luego se elegirá la tela y los accesorios adecuados para la producción del vestuario.

3.4.2 Materia Prima

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.⁴

Para la fabricación del vestuario se dividirá en secciones de confección como: blusas, faldas, pantalones, abrigos y varios. En cada sección se realizará compras de telas acorde a cada prenda, realizaremos una lista de los mejores proveedores y un calendario de compra para evitar faltantes.

CUADRO # 3
MATERIA PRIMA POR PRENDA

Prendas a Confeccionar	Materia Prima	Proveedores
Blusas	telas: seda, satin, gorgue, dacrón, stretch, algodón stretch y punto.	Casa Bolivar
Faldas	casimires, polyester, lanilla, paño, gabardina y lino.	Casa Mil Colores
Pantalones	Jean, casimir, gabardina, lino y casimir 3001.	Bolmar
Abrigos	paño, gabardina, piel de foca lanilla y gamuza.	Casa Bolivar
Varios	dacrón, paños y tela punto.	
Accesorios	cintas, hilos, botones	Almacenes Leon

Fuente: La autora

⁴ “Fundamentos y Técnicas de Contabilidad de Costos”, editorial Mc Graw Hill,

CUADRO # 4

PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Producto	Procesos	Actividad
• Ropa Interior • Blusas • Faldas • Pantalones • Abrigos • Otros	• Diseño. • Selección de material. • Impresión de moldes. • Cortado. • Confección. • Inspección. • Planchado y empaquetado.	• Elegir la modelo, dibujar y sacar moldes. • Diferenciar las telas y accesorios de las bodegas. • De acuerdo al diseño en papel, anadirlo en el programa para luego imprimirlo. • Con los moldes ya diseñados, anadirlos a la tela para proceder con el corte. • Enviar los moldes debidamente ordenados para proceder con la union en las diferentes maquinas de produccion. • Luego de ser confeccionada se revisara cuidadosamente para evitar fallas como: hilos salidos o botones mal pegados segun sea el caso. • Cuando ya esta revisada la prenda se realiza un planchado y se empaqueta para la entrega al cliente final.

Fuente: La autora

3.5 Análisis de la demanda

Las acciones que toman los compradores respecto a cuanto consumir de un determinado bien se manifiesta en el mercado a través de la demanda, otra manera es cuanto se requerirá de un determinado producto para cada uno de los precios que ese producto pueda tener.⁵

Para determinar la demanda de la nueva línea de producto se establecerá como grupo objetivo mujeres comprendidas entre los 6 y 60 años; ciudad de Quito.

$$Q_A = D(P_A, M, P_B, G)$$

Q_A : cantidad demandada de A en un período de tiempo.

⁵ PINDYCK, Robert S, Microeconomia, Prentice Hall

P_A : precio del bien A, en ese mismo período.

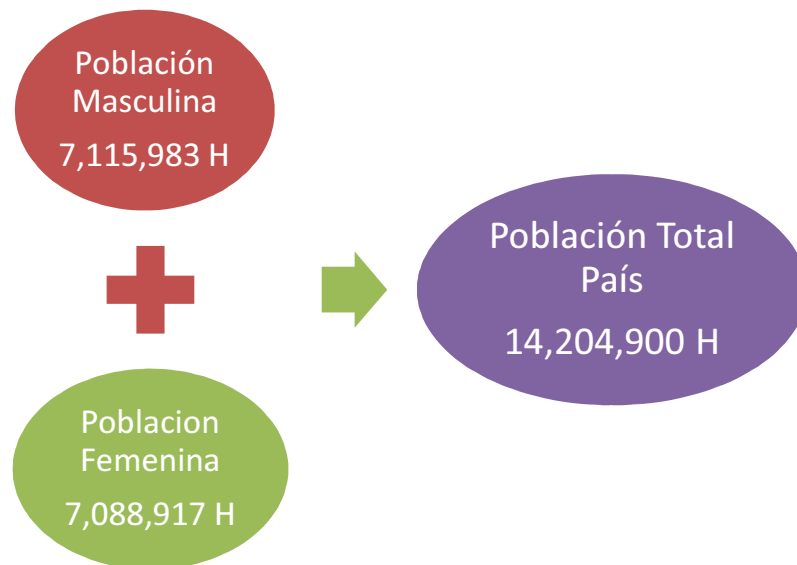
M: ingreso de los consumidores.

G: gustos de los consumidores.

P_B : precios de los demás bienes.

GRÁFICO # 5

POBLACIÓN ECUADOR PROYECTADA HASTA AÑO 2010



Elaborado por: La autora

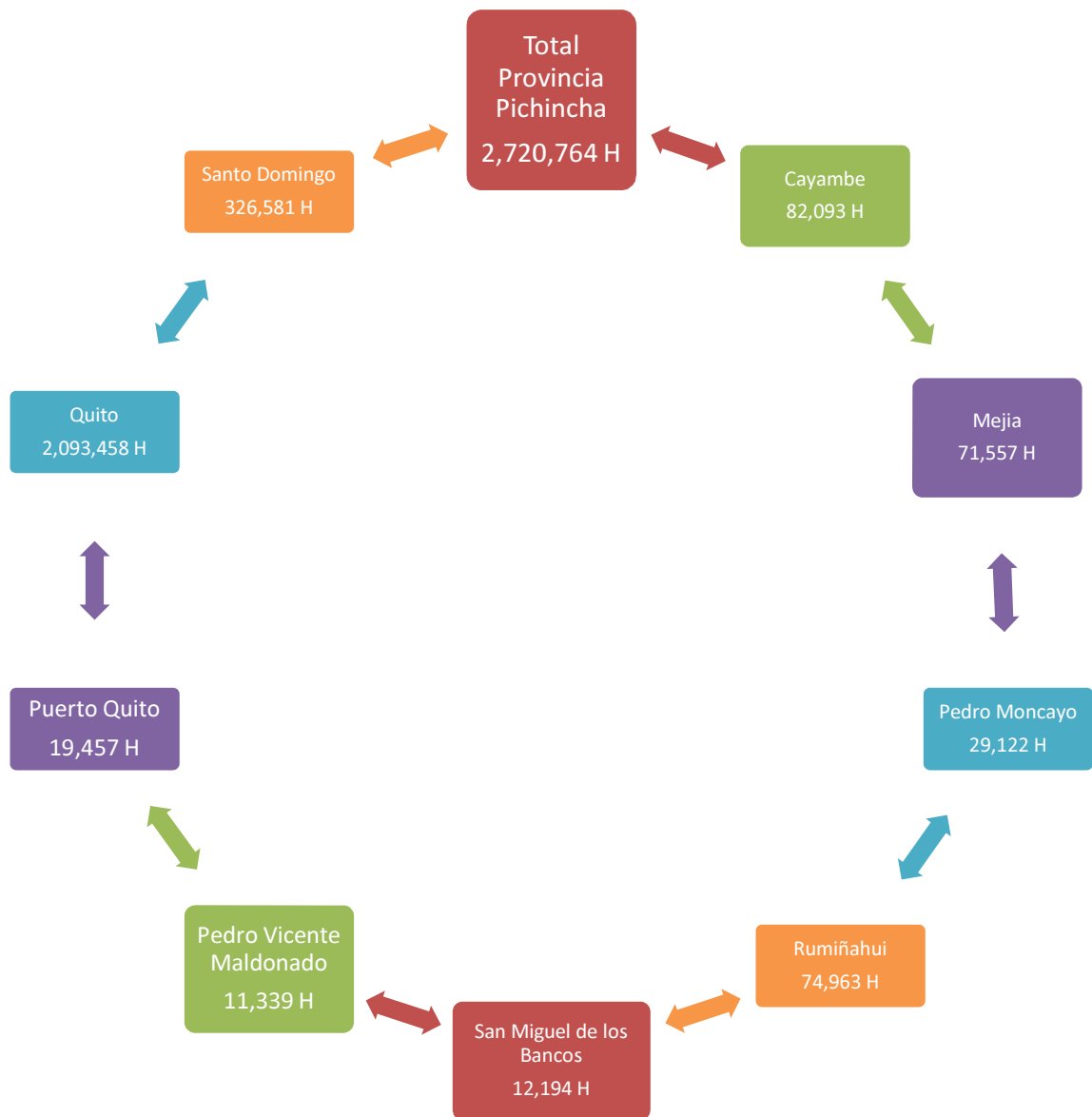
Fuente: INEC⁶, Ministerio de Salud, Fundación de la Obesidad

H: Habitantes

GRÁFICO # 6

⁶ INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**POBLACIÓN PROVINCIA DE PICHINCHA PROYECTADA
HASTA AÑO 2010**



Elaborado por: La autora

Fuente: INEC

H: Habitantes

GRÁFICO # 7

POBLACIÓN PROVINCIA DE PICHINCHA PROYECTADA HASTA AÑO 2010



Elaborado por: La autora

Fuente: INEC

H: Habitantes

3.5.1 Encuesta

Para la realización de la encuesta utilizaremos una técnica de muestreo aleatoria simple y estratificado, en el que se considera la población definida en los gráficos # 7, 8 y 9, tomaremos en cuenta mujeres desde los 6 años hasta los 65 años en la ciudad de Quito, que serian los potenciales de la boutique para personas con sobrepeso.

3.5.2 Definición de la Muestra

Es un procedimiento por medio del cual se estudia una parte de la población llamada muestra, con el objetivo de inferir con respecto a toda la población.⁷

GRÁFICO # 8

TIPOS DE MUESTREO



Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación Tipos de Muestreo, Estadística

3.5.2.1 Características Muestreo Simple Aleatorio:

Este sistema consiste principalmente en:

- Cada uno de los elementos de la muestra, se selecciona aleatoriamente uno por uno.
- Todos los elementos de la población tiene la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra.

⁷ CARRASCO JL. El método estadístico en la investigación médica. 5ª ed. Madrid. Editorial Ciencia.

Los factores que debemos tomar en cuenta para la fórmula de muestreo son:

3.5.2.2.1 Grado de Confianza (z)

Este grado de confianza corresponde a un valor z de 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal. Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%.

3.5.2.2.2 Máximo error permisible (e)

Es el error que se puede aceptar con base a una muestra n y un límite o grado de confianza x. Este error ha sido definido con un margen del 6%.

3.5.2.2.3 Porción estimada (P)

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno específico, en este caso, es que las personas estén dispuestas a ser clientes de nuestra boutique.

Para hallar el número de personas a encuestar, aplicamos la fórmula de infinita, mayor a 100,000 unidades, que estén dispuestas a ser nuestras clientes.

Nuestra muestra se obtendrá de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P (1 - P)}{e^2}$$

Donde:

N: Tamaño de la muestra

Z: 1,96

P: 0,3

e: 0,06

En donde:

$$n = \frac{1,96^2 * 0.2 * 0.7}{(0,06)^2} = 149.39$$

El número que se va a encuestar es aproximadamente 150 personas.

Estas encuestas se realizaron en tres puntos estratégicos de la ciudad Norte, Sur y Centro con la mejor distribución geográfica posible.

3.5.3 Resultados de la Encuesta

1. ¿Existe en su familia alguna persona con exceso de peso?

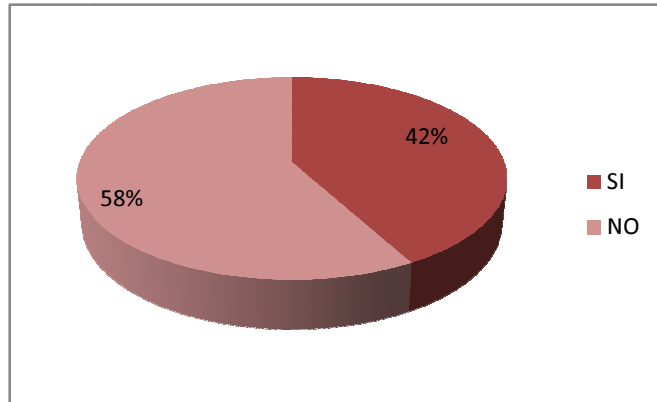
TABLA 1

Parámetros	SI	NO	Total
Número Personas	63	87	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 9

TABULACION PREGUNTA # 1



Fuente: La autora

Análisis: En esta pregunta mayoritariamente vemos que 87 personas de las 150 encuestadas, no aceptan su condición de sobrepeso, principalmente en el mercado femenino.

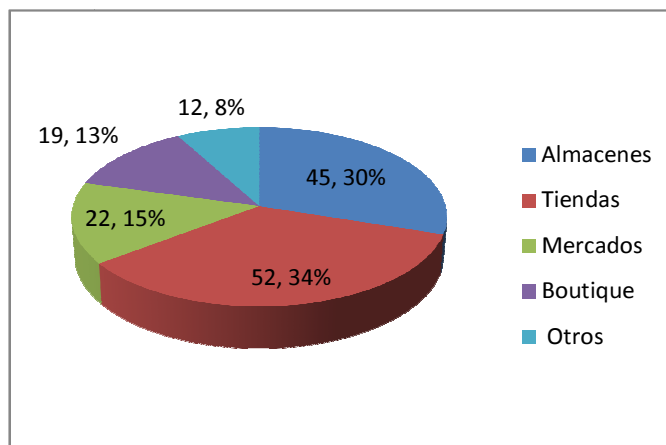
2. ¿Dónde se provee actualmente de su vestuario?

TABLA # 2

Parámetros	Almacenes	Tiendas	Mercados	Boutique	Otros	Total
Número Personas	45	52	22	19	12	150

GRÁFICO # 10

TABULACIÓN PREGUNTA # 2



Fuente: La autora

Análisis: Nuestro grupo objetivo se provee de vestuario mayoritariamente en tiendas y almacenes, por la dificultad que presenta encontrar vestuario a su medida, esto nos da una ventaja competitiva para nuestra boutique donde existirá exclusividad y glamur a precios flexibles para cada uno de nuestros clientes.

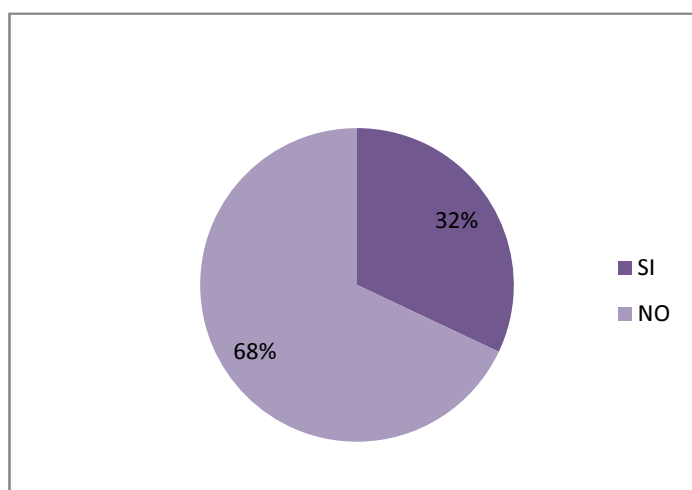
3. ¿Conoce Ud. En la ciudad de Quito una boutique que le ofrezca de manera exclusiva vestuario para personas con sobrepeso?

TABLA # 3

Parámetros	SI	NO	Total
Número Personas	48	102	150

GRÁFICO # 11

TABULACIÓN PREGUNTA # 3



Fuente: La autora

Análisis: Aquí vemos que existe gran desconocimiento de una alternativa de boutique para personas con sobrepeso, por lo que nos enfocaremos en la publicidad constante.

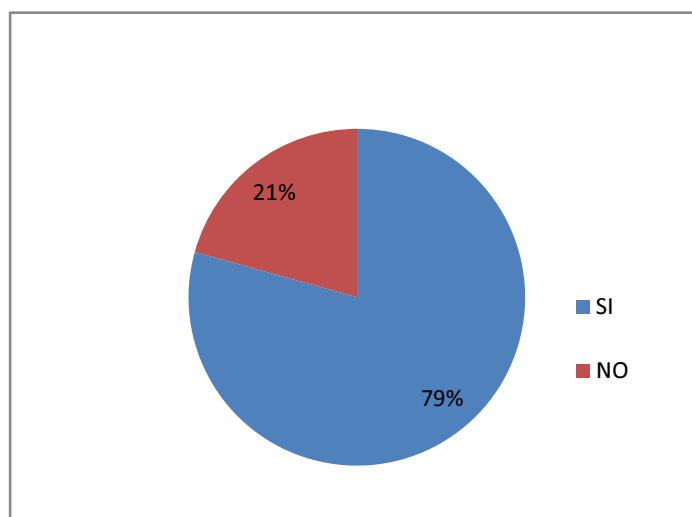
4. ¿Le gustaría encontrar en la Boutique “Safira“, diseños exclusivos de prendas de vestir para gente con sobrepeso?

TABLA # 4

Parámetros	SI	NO	Total
Número Personas	119	31	150

GRÁFICO # 12

TABULACIÓN PREGUNTA # 4



Fuente: La autora

Análisis: Cuando tratamos el tema la boutique exclusiva para la obesidad existió un interés bastante alto, las personas están dispuestas a colaborar con ideas para diseños e incluso para modelarlos.

5. ¿Adquiere sus prendas de vestir a la medida y a su gusto?

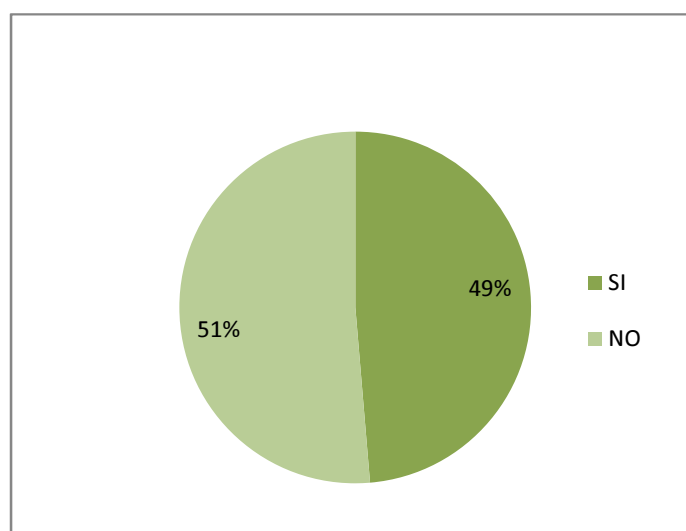
TABLA # 5

Parámetros	SI	NO	Total
Número Personas	73	77	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 13

TABULACIÓN PREGUNTA # 5



Fuente: La autora

Análisis: La mayoría de la población no está satisfecha con la ropa que adquiere en los diferentes establecimientos de compra, ya que estas prendas en muchos casos deben ser previamente arregladas para su uso. La

misma muestra gran interés por un lugar donde encuentren vestuario justo para su cuerpo.

6. ¿Cuál sería la ubicación física ideal de la Boutique “Safira”?

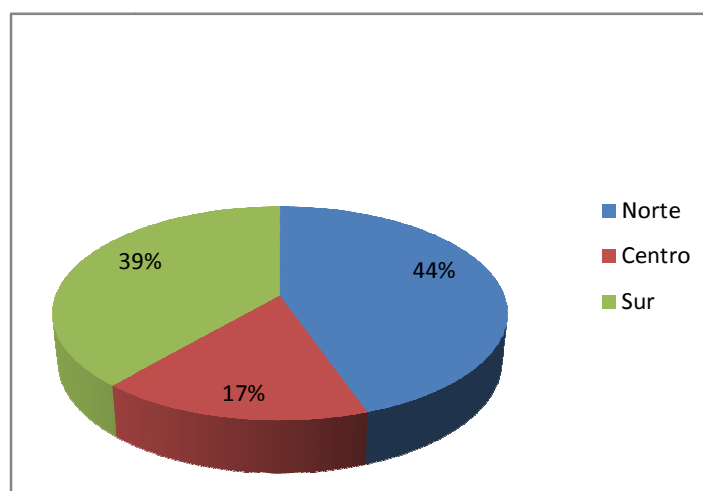
TABLA # 6

Parámetros	Norte	Centro	Sur	Total
Número Personas	67	25	58	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 14

TABULACIÓN PREGUNTA # 6



Fuente: La autora

Análisis: La ubicación geográfica para la instalación de la boutique se torno un tanto difícil de determinar, ya que no existió una gran mayoría entre el sector norte y sur, a pesar de esto hubo una mayor tendencia hacia el sector norte.

7. ¿Qué prendas le ha causado mayor dificultad encontrar en el mercado común?

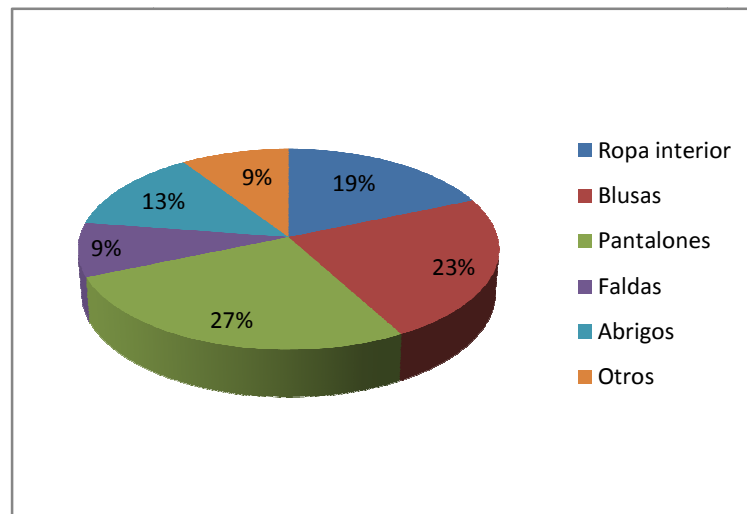
TABLA # 7

Parámetros	Ropa interior	Blusas	Pantalones	Faldas	Abrigos	Otros	Total
Número Personas	28	35	40	13	20	14	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 15

TABULACIÓN PREGUNTA # 7



Fuente: La autora

Análisis: Las necesidades de vestimenta son principalmente ropa interior, blusas y pantalones; esta será nuestra prioridad de producción, para esto realizaremos un cronograma para la fabricación de cada gama de prendas.

8. ¿Cuál sería el tipo de tela que le gustaría que se confeccione su vestuario?

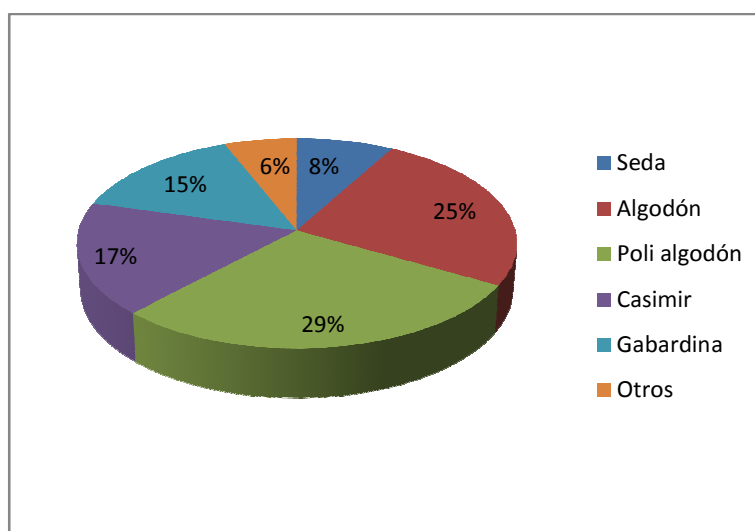
TABLA # 8

Parámetros	Seda	Algodón	Poli algodón	Casimir	Gabardina	Otros	Total
Número Personas	12	38	43	26	22	9	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 16

TABULACIÓN PREGUNTA # 8



Fuente: La autora

Análisis: Las telas más aceptadas para la confección de las prendas son: seda, el algodón y el poli algodón. Para lo cual haremos alianzas estratégicas con los proveedores de esta materia prima predilecta.

9. ¿Cuál es la talla de sus prendas de vestir?

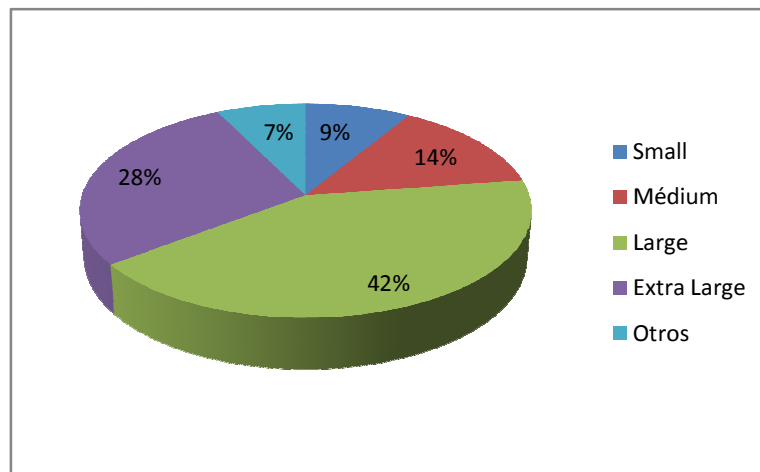
TABLA # 9

Parámetros	Small	Medium	Large	Extra Large	Otros	Total
Número Personas	13	21	63	42	11	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 17

TABULACIÓN PREGUNTA # 9



Fuente: La autora

Análisis: La mayoría de encuestadas son de talla large en adelante por lo que empezaremos la producción con una talla estándar y posteriormente haremos nuestro propio tallaje para evitar que nuestros clientes se sientan extraños con su cuerpo

10. ¿Sus ingresos mensuales se consideran como?

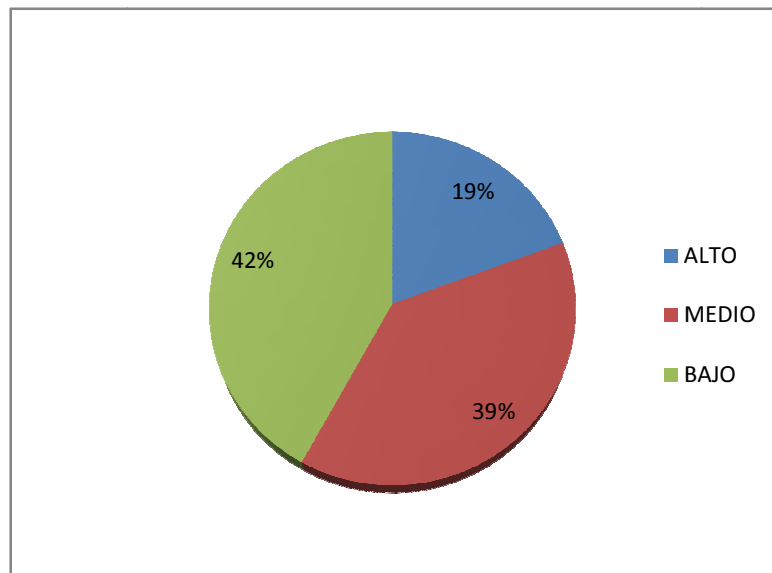
TABLA # 10

Parámetros	ALTO	MEDIO	BAJO	Total
Número Personas	29	58	63	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 18

TABULACIÓN PREGUNTA # 10



Fuente: La autora

Análisis: Nuestra sociedad no cuenta con nivel de vida alto, en especial mujeres que fueron encuestadas, no cuenta con un ingreso mayor a \$1000. Por esta razón debemos centrar nuestros precios en niveles medios y bajos que estará la mayoría de nuestras clientas.

11. ¿Con qué frecuencia adquiere prendas de vestir?

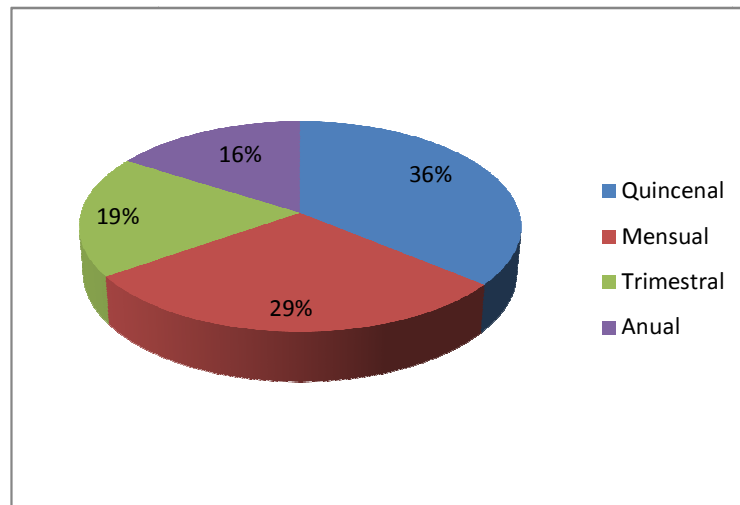
TABLA # 11

Parámetros	Quincenal	Mensual	Trimestral	Anual	Total
Número Personas	54	44	28	24	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 19

TABULACIÓN PREGUNTA # 11



Fuente: La autora

Análisis: Los periodos de compra más sobresalientes son mensuales y quincenales, ya que esto se adapta a la economía de los ecuatorianos quienes tienden tendencia de compra solo cuando reciben su salario.

12. ¿Seleccione el rango del precio que estaría dispuesto a pagar por una prenda adecuada y diseñada exclusivamente a su condición de peso y figura?

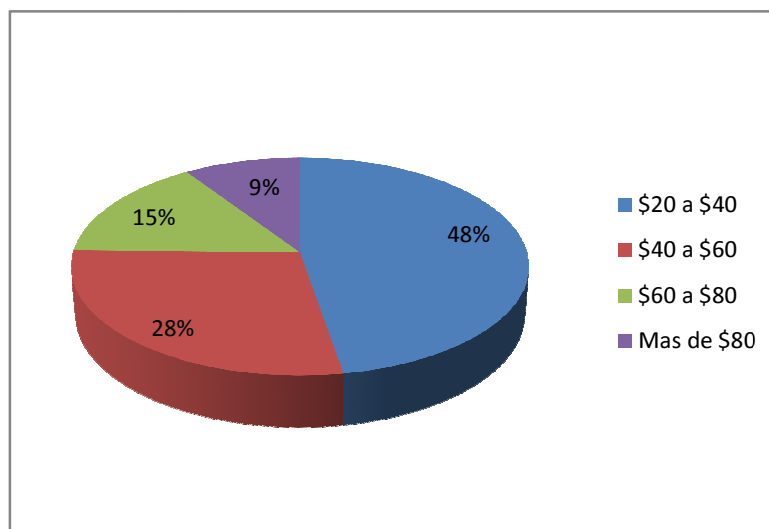
TABLA # 12

Parámetros	\$20 a \$40	\$40 a \$60	\$60 a \$80	Mas de \$80	Total
Número Personas	71	42	23	14	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 20

TABULACIÓN PREGUNTA # 12



Fuente: La autora

Análisis: Los precios por los productos oscilaran entre los \$20 y \$60 dólares americanos, contaremos con excelente calidad y a su vez existirá variedad en las prendas de vestir. Estos precios se adecuaron de acuerdo a la prenda de vestir y a su complicidad en la producción.

13. ¿Por qué medios publicitarios ha obtenido información de la boutique para personas con sobrepeso?

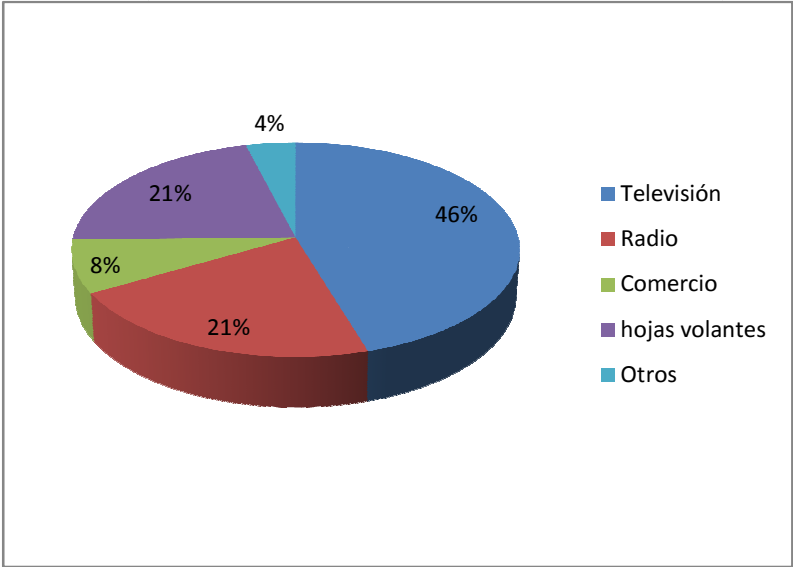
TABLA # 13

Parámetros	Televisión	Radio	Comercio	hojas volantes	Otros	Total
Número Personas	68	32	12	32	6	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 21

TABULACIÓN PREGUNTA # 13



Fuente: La autora

Análisis: Enfocaremos nuestros esfuerzos en una publicidad de televisión y hojas volantes, a pesar que en el primer punto será un poco costosa pero al principio apostaremos en medios económicos como telerama y ecuador TV.

14. ¿Cuál es el factor determinante que buscaría dentro de esta boutique?

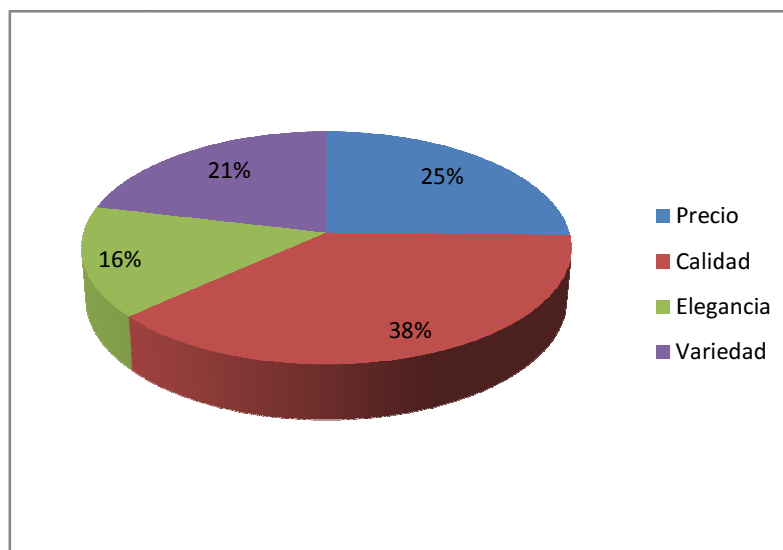
TABLA # 14

Parámetros	Precio	Calidad	Elegancia	Variedad	Total
Número Personas	38	57	23	32	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 22

TABULACIÓN PREGUNTA # 14



Fuente: La autora

Análisis: Los factores más importantes que inciden en el poder de compra de los clientes son la calidad y el precio, por lo que debemos cuidar estos aspectos principales.

15. ¿Cuál es el horario que se adecua para realizar sus compras?

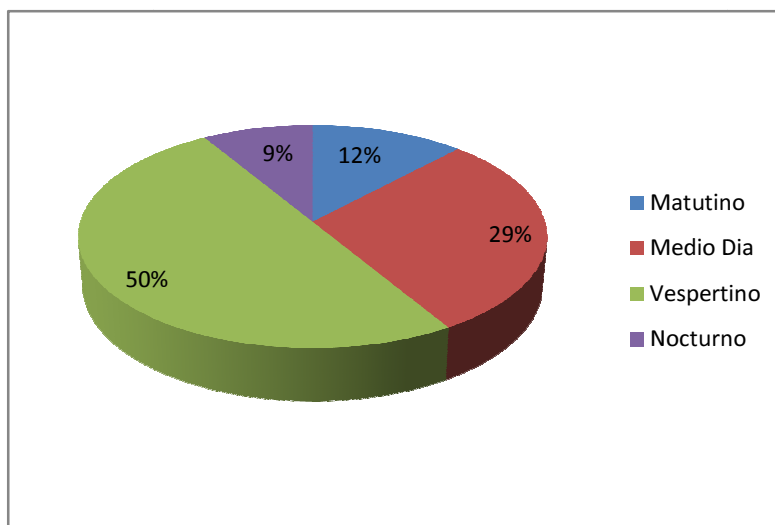
TABLA # 15

Parámetros	Matutino	Medio Dia	Vespertino	Nocturno	Total
Número Personas	18	44	75	13	150

Fuente: La autora

GRÁFICO # 23

TABULACIÓN PREGUNTA # 15



Fuente: La autora

Análisis: Los horarios de compra serán vespertinos, por lo que nuestro horario será desde las 11 am hasta las 9 pm, de martes a sábado.

3.5.4 Demanda Actual del Producto

Una definición más acertada, que la comúnmente utilizada de la demanda, es aquella que la especifica como: la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores; pero como no siempre estos encuentran lo que solicitan y necesitan, pues se puede hablar de una demanda actual la que tenemos y una potencial que presenta una doble vertiente: a) la potencial representada por aquella demanda que se quiere captar para nuestro producto, b) la que se refiere al que no ha satisfecho su capacidad de consumo, sea por desconocimiento de la oferta o porque no está dentro de sus hábitos de consumo.

3.5.5 Demanda Insatisfecha

Luego de aplicar la encuesta y analizar los estudios tanto culturales como sociales y económicos, determinamos que la demanda insatisfecha de la boutique para gente obesa es el 79% de los encuestados, los cuales manifiestan que estarían interesado en visitar la boutique y a su vez los modelos exclusivos que en esta se exhiben, considerando la oportunidad que actualmente se les está intentando dar un espacio dentro de la sociedad y eliminando estereotipos.

No existe una demanda histórica, ya que es la primera vez que se implanta esta idea dentro del país. Es por esto, que por medio de la encuesta determinamos un porcentaje apropiado de las personas que harán una visita frecuente a este lugar.

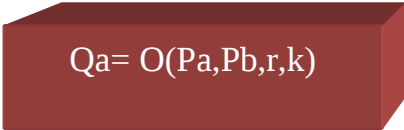
3.6 Análisis de Oferta

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.⁸

⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

El mercado de boutiques se caracteriza por ofrecer a sus clientes productos de alta calidad, que satisfaga algunas necesidades, pero han dejado de lado a las personas de talla plus, por lo que, en la actualidad boutique Safira es una pionera en el diseño y confección de alta costura para ellas. La misma que se caracteriza por ofrecer a sus consumidores prendas de vestir de limitada producción, uso de materia prima, mano de obra de primera y exclusividad en sus modelos, por lo que consideramos que estos productos están dirigidos a estratos económicos con estilos de vida activa, preferentemente con ingresos medios y altos.

De conformidad con los estudios internacionales las boutiques para personas con sobrepeso ya se encuentran posicionadas y con una base amplia de clientes, los resultados de aceptación y rentabilidad son altamente satisfactorios.


$$Q_a = O(P_a, P_b, r, k)$$

P_a : precio del bien A.

P_b : precio de otros bienes.

r : precio de los factores de producción.

K : denota el estado de la tecnología.

3.6.1 Clasificación de la Oferta

Podemos manifestar que el proyecto se basa en una oferta competitiva debido a que existe una gran cantidad de boutiques en el mercado que dedican un limitado espacio para las personas de tallas plus, a diferencia de Boutique Safira que les brinda exclusividad a este mercado e intenta diferenciar a su producto.

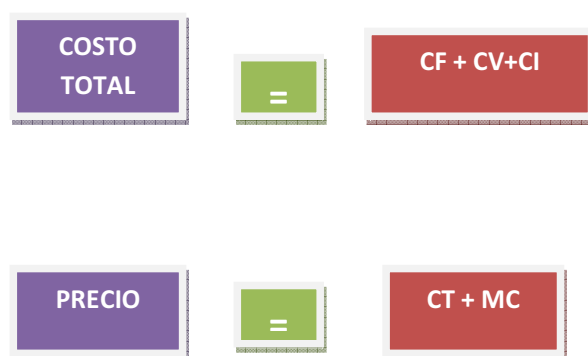
3.6.1.1 Factores que influyen en la oferta

Uno de los factores que influyen en la oferta, es la falta de especialización en la fabricación de ropa para personas con tallas plus, lo cual da como resultado un producto de limitada publicidad.

Así pues al principio enfrentaremos un desconocimiento del lugar y de los productos que aquí se comercializan por parte de los clientes, por lo que la oferta se afectará de manera limitada.

3.7 Análisis de Precios

El análisis de precios es un componente relativo en cuanto a la orientación del negocio o empresa, para esto se realiza un estudio comparativo de los valores que adquieren los productos en el mercado meta, con este criterio se establece el precio más idóneo para el producto que se desea ofertar. Los estudios se hacen principalmente en el mercado de estudio, es decir de acuerdo al precio que el producto o similar lo tenga en el mercado.⁹



La influencia de los precios se fundamenta en un estudio de los diferentes componentes de la producción, se tomara en cuenta las encuestas realizadas anteriormente y a la localización geográfica.

⁹ Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de [Proyectos](#)", Ed. Mac Graw Hill, 4ta [Edición](#), México D.F.

3.8 Comercialización del Servicio

El producto se va a comercializar en el sector norte, específicamente en el sector de la Carolina, el local se dividirá en tres ambientes:

- Venta
- Producción
- Servicio al cliente

Cada uno de estos se incorporará imágenes y decoración de acuerdo al servicio prestado, para evitar esperas incomodas se realizarán previas citas y contactos vía correo electrónico.

De forma complementaria se realizará publicidad por medios electrónicos y volantes principalmente.

3.9 Estrategias de Introducción al mercado

3.9.1 Portafolio de Productos y Servicios

Mediantes este Portafolio de Productos y Servicios ponemos a la disposición de los clientes, orientada a lograr una buena relación entre clientes y proveedores.

Nuestro objetivo es ofrecer un buen producto y servicio a la vez y el compromiso de una búsqueda continua de satisfacción de cada cliente. Por lo que ponemos a disposición diferentes alternativas de servicio que le ofrecemos con un valor agregado.

3.9.1.1 Comercializaciones de productos al Público

Los productos a comercializar serán los siguientes:

- Ropa Interior
- Blusas
- Faldas
- Pantalones

- Abrigos
- Vestidos

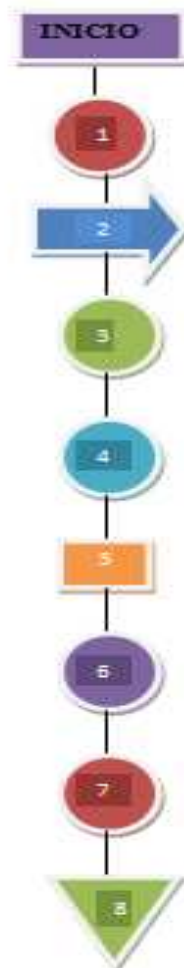
Estos productos se realizan después de un estudio detallado de la moda actual, colores actuales y se producirán de acuerdo al factor clima.

Todos los diseños se adaptarán a los clientes si no están de acuerdo a su talla o a su forma de cuerpo, debido a que tenemos un taller dentro de la boutique.

3.9.1.2 Flujo del proceso de producción en una escala de pequeña empresa:

GRÁFICO # 24

PROCESO DE PRODUCCIÓN



Fuente: La autora

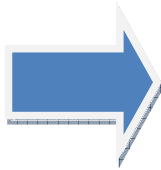
Donde:

1. Recepción y almacenamiento de las Materias Primas.
2. Transporte de las materias primas al área de proceso.
3. Corte de las piezas.
4. Unión de piezas y accesorios.
5. Control de Calidad.
6. Etiquetar.
7. Empacar.
8. Almacenamiento del producto terminado.

Simbología Gráfico # 24



Operación



Transporte



Inspección



Almacenamiento

3.9.1.3 Diseños para la producción

La función de los diseñadores es realizar bocetos de los cuales se decidirá cuales se producirán en serie y cuales serán modelos exclusivos, nuestros clientes tienen la facilidad de entrevistarse con los mismos y realizar diseños adaptados a su estilo de vida, para ser entregados en tiempos óptimos y con excelente calidad.

3.9.1.4 Servicio Post Venta

Este servicio se prestará a los clientes y potenciales, en este departamento contaremos con especialistas como es un psicólogo y un médico que ayudará a que el peso de nuestro cliente en la sociedad sea mucho impacto para este, como procedimiento de posventa se realizará un seguimiento con las prendas vendidas y se le invitará a los diferentes eventos que la boutique realizará para promocionar sus diseños.

3.9.1.5 Análisis de Cartera de Productos

- **Producto Incógnita:** Encontramos las faldas, debido a que es un producto que muchas mujeres de talla plus les cuesta trabajo ponerse debido a que no se sienten cómodas con esta, es por esto que diseñaremos modelos adaptados a sus necesidades, pero tendrán un alto costo.
- **Producto Estrella:** Constituirán terno de ropa interior, debido a que sabemos lo difícil que es encontrar ropa interior adaptable para que una persona de talla plus pueda estar cómoda, además de ser un producto indispensable en la vestimenta diaria de las mujeres.
- **Producto Vaca:** Serán los pantalones y blusas debido a que es lo más común en las clientas plus y llegarán hacia nosotros si los productos estrellas o incógnitas no dan el

rendimiento adecuado.

- **Producto Perro:** Incorpora a los vestidos y abrigos debido a su alto costo de producción y el crecimiento lento en las ventas.

GRÁFICO # 25

MATRIZ BCG¹⁰



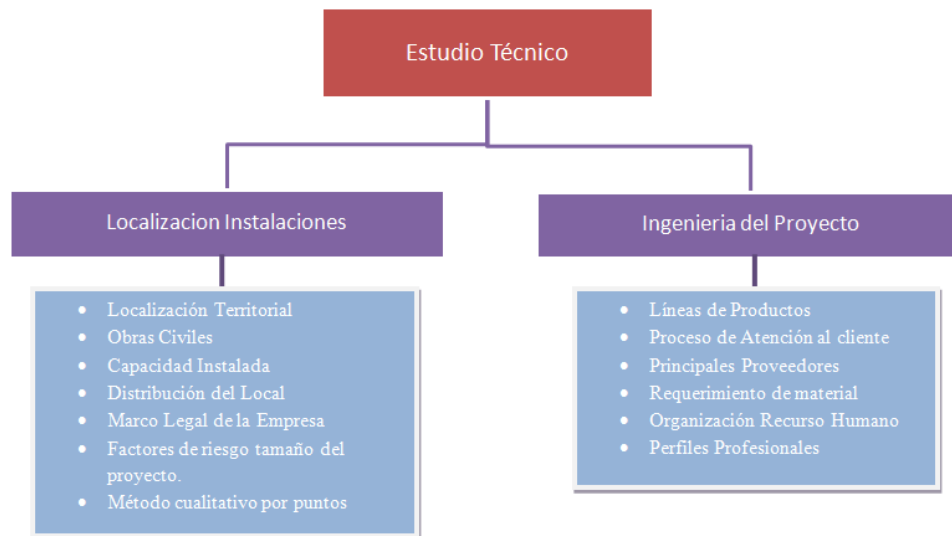
Elaborado por: autor

Fuente: MATRIZ BCG Marketing

¹⁰ BCG: Matriz de Boston Consulting Group

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico



4.1 Localización de las instalaciones y riesgo de daño macro-micro localización gráfico pichincha, quito y barrio.

4.1.1 Localización

- **Ámbito Territorial:** aquí se desarrollaran el primer servicio de la empresa, comprende inicialmente la ciudad de Quito, proyectándose a mediano-largo plazo (5-1 años o más) localizando puntos de venta en otros sitios de la ciudad como centro y sur.
- **Alternativas de Localización:** está estrechamente relacionada con la distribución, comercialización y venta de productos. Su importancia es fundamental y sobre todo en el servicio que pretende ofrecer, donde el contacto con el público objetivo es la base del servicio.

Para efectos de elegir la mejor ubicación de los puntos de venta, se evaluará tanto con variables cualitativas y cuantitativas por medio del METODO CUALITATIVO POR PUNTOS y teniendo en cuenta la investigación de mercados, donde se estableció que las boutiques de personas con sobrepeso son sumamente escasas en la ciudad.

Su ubicación será: Juan Gonzales y Juan Pablo Sanz, sector Iñaquito.

4.1.1.1 Localización de las instalaciones

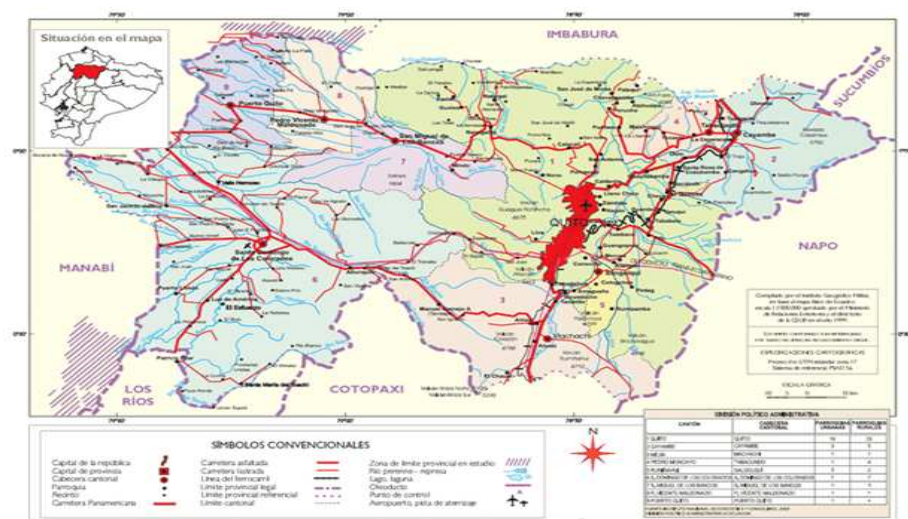
La ubicación geográfica es en la Provincia de Pichincha, en el cantón Quito, el mismo que fue dividido en sectores: Norte, Centro, Sur.

Boutique Safira debe iniciar sus operaciones con un establecimiento que permita satisfacer la demanda estimada en un alto porcentaje. Esto implicaría el montaje de las instalaciones en un área por lo menos de 180 m² en los que se disponga del espacio adecuado para la confección y venta de prendas para mujeres talla plus.

Gracias a un estudio de mercado, nuestro local estará ubicado en el norte de la ciudad, distribuido en ambientes para: producción, comercialización y atención al cliente, y cada uno de estos estará debidamente decorado.

4.1.1.2 Gráficos Localización

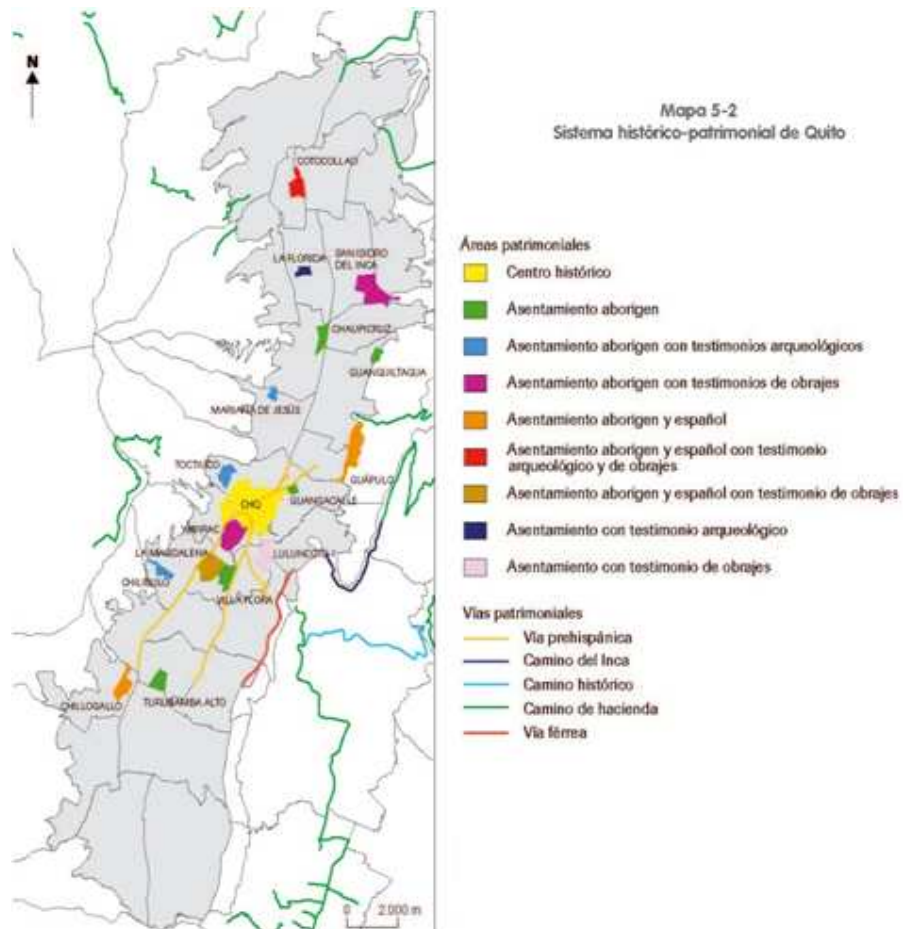
GRÁFICO # 26

PROVINCIA DE PICHINCHA

Fuente:http://www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_tematicos/9_6_patrimonio_y_cultura/9_6_1_2.html

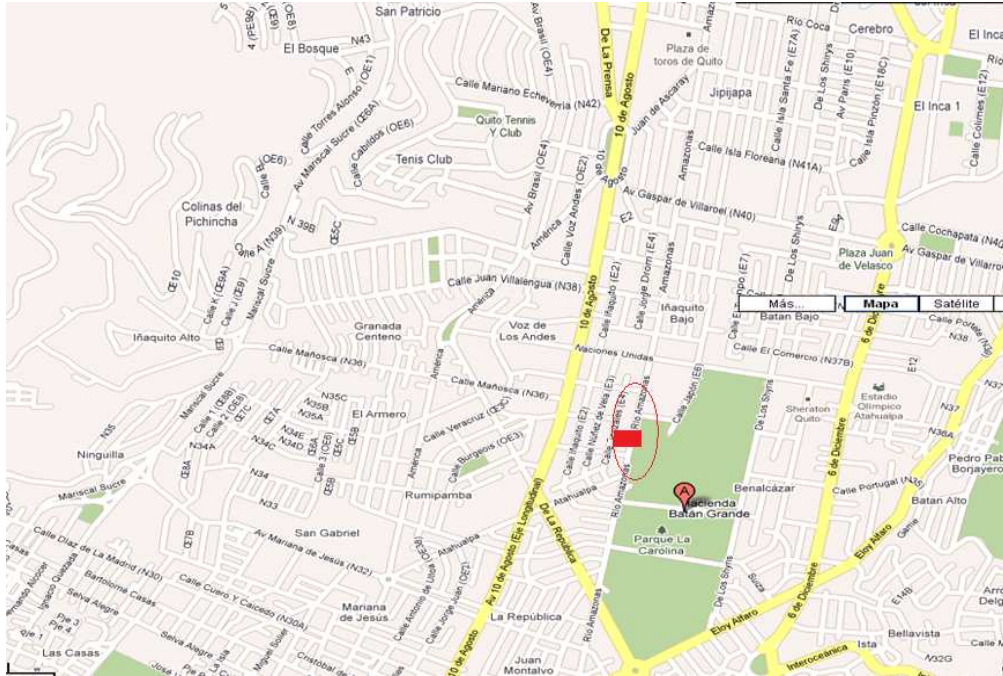
GRÁFICO # 27

CIUDAD DE QUITO



Fuente:http://www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_tematicos/9_6_patrimonio_y_cultura/9_6_1_2.html

UBICACIÓN DE LA BOUTIQUE



Fuente:http://www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_tematicos/9_6_patrimonio_y_cultura/9_6_1_2.html

4.2 Tamaño óptimo de las instalaciones espacio funcional en cada departamento

4.2.1 Obras Civiles:

- **Decoración:** Se inspirará en el nombre de Safira, la cual se realizará con colores pasteles combinando el rosado, melón, blanco y durazno, se invertirá en posters informativos y también en trípticos para ser ubicados en puntos estratégicos de la boutique. Se realizará una inversión en maniqués los cuales serán hechos exclusivamente para la boutique ya que todos estos serán confeccionados de manera similar a nuestros clientes que esperamos tener.

- **Parqueaderos:** No existirá la necesidad de la construcción, debido a que la boutique Safira está instalada en un edificio en que las afueras está rodeado por Zona Azul del Municipio de Quito y dentro del Edificio Vizcaya existe 3 parqueaderos para el local comercial. Estos parqueaderos serán destinados para el personal.

4.2.2 Capacidad instalada:

Enfocados en las operaciones de la boutique, se estableció un proceso para la producción y comercialización de la vestimenta para las personas de tallas plus.

CUADRO # 5

CAPACIDAD INSTALADA

Capacidad Instalada	
25,50	Minutos/unidad por máquina
9,00	% Tolerancia (pérdida de tiempo)
12,13	Minutos/unidad terminado final
20,13	minutos/unidad
0,10	unidades/minute
180,00	minutos/jornada
4,00	unidades/jornada
20,00	unidades/semana
80,00	unidades/mes

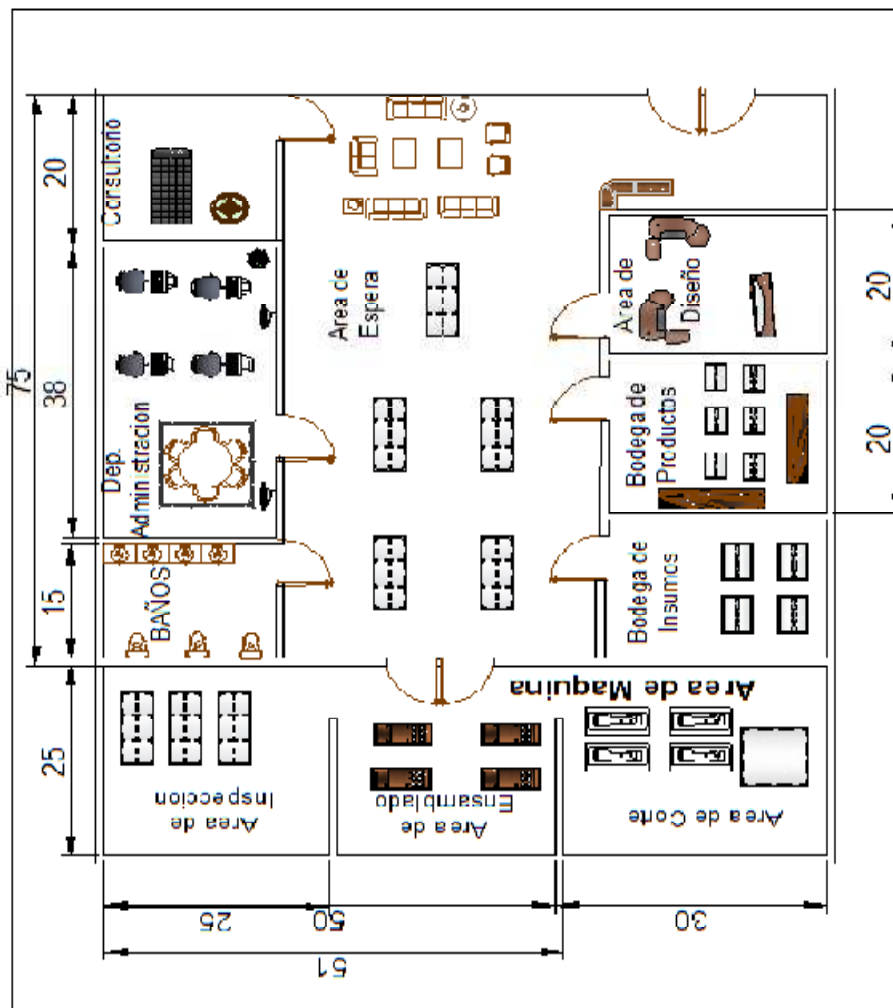
Elaborado por: autora

Fuente: Investigación Propia

4.2.3 Distribución del local

Aunque existirá una variación tanto en el tamaño como en la ubicación del local, se pretende que el modelo ideal del servicio sea adecuado a los siguientes esquemas.

GRÁFICO # 29
DISEÑO DE LOCAL



Elaborado por: autora

Ayuda: Tlgo. Cristian Quintana

Para el correcto desempeño de las funciones del local se requiere de un área de 180m cuadrados. Los cuales van a ser divididos en diferentes departamentos:

El Primer Ambiente: será una sala de espera que se ubicará al lado derecho de la entrada, en este encontraremos información acerca de nuestra boutiques en paredes y en las mesas individuales ubicadas en puntos estratégicos, los folletos detallan los horarios de atención y explican claramente la manera en la cual boutique Safira prestará sus servicios.

El Segundo Ambiente: aquí encontraremos un departamento médico atendido por una psicóloga, con atención de consulta gratuita que nos visitará dos veces por semana, el consultorio estará totalmente equipado con bienes y equipos necesarios.

El Tercer Ambiente: se encuentra el departamento de diseño, es aquí donde se planeará los nuevos bocetos a confeccionar, se tomará los datos de nuestras clientas y se atenderá todas las sugerencias y nuevas necesidades que surgirán dentro del periodo de acondicionamiento de la boutique.

El Cuarto Ambiente: el cuarto de maquinas donde contaremos con diferentes tipos como son:

- Máquinas de costura recta
- Máquinas de costura Zigzag
- Máquinas de overlock
- Máquinas recubridora
- Planchador industrial

El Quinto Ambiente: es el departamento administrativo, donde se ubicaran el área de contabilidad y la sala de juntas, para cada proceso correspondiente a los intereses financieros de la boutique.

Otros aspectos:

- Las puertas de entradas y salida deben tener un ancho mayor o igual a 1,50 m y mayor o igual a 2.20m.
- Los corredores del establecimiento deben tener un ancho mayor o igual a 1,50m.
- La altura máxima de un estante es de 2 m.
- Cada mesa debe tener una altura de 85 cm.
- Las sillas serán de material de cuero completamente cómodas tanto para las personas como para los clientes.

4.3 Marco legal de la empresa

Boutique Safira se va a desarrollar en la ciudad de Quito, por lo que debemos regirnos a la Ley de la Superintendencia de Compañías, como una Compañía de Responsabilidad Limitada, dando que la inversión de capital es mínima.

Los diferentes procesos son los siguientes:

CUADRO # 6
COMPARATIVO ENTRE COMPAÑÍAS

	Cia. Responsabilida Ltd.	Cia Anonima	Referencia Juridica
Razon Social	denominacion objetiva mas siglas CIA LTDA.	denominacion objetiva mas siglas S.A	Art. 92
Numeros de socios	dos socios minimo	dos o mas accionistas	Art. 68
Capital Socios	50% del valor nominal de cada participacion	25% del valor nominal de cada accion	Art. 102 y 104
Capital	400 dolares de los Estados Unidos	800 dolares de los Estados Unidos	Art. 102 y 104
Administracion	Una o varias personas designados por contrato social	Director o Administrador	
Liquidacion	No operable dos anos seguidos.	95% o mas llegue a pertenecer a un solo accionista	Art. 359, 405 y 411
Disolucion	numero de socios excede de quince	por muerte o quiebra de uno de los socios	Art. 365 y 366
Auditoria Interna	Obligatorio	Obligatorio	
Auditoria Externa	mayor a 1 000 000 de dolares.	pasado 1 000 000 de dolares.	
Aplicación NIIF	Vigencia Enero 2012.	Vigencia Enero 2012.	

Elaborado por: autora

Fuente: Ley de Superintendencia de Compañías

4.4 Factores de riesgo que condiciona el tamaño del proyecto

- 4.4.1 Dimensión del Mercado:** El objeto del proyecto es la creación de la boutique para personas con sobrepeso, que se genera a través de una necesidad de suplir las necesidades de vestimenta de la población identificada en el estudio de mercado.

Según los resultados de la investigación realizada en el capítulo anterior, para el inicio de las operaciones del local se contaría con una demanda de 150 personas pertenecientes a estratos sociales medios y altos, de edades entre 6 y 65 años. Debido a que es un mercado olvidado, tendremos que llegar a este mercado de una manera estratégica con puntos de venta que puedan satisfacer las necesidades del cliente de manera oportuna, especialmente en horarios picos y fechas especiales donde la demanda tiende a incrementarse. Identificamos un punto de localización estratégica que permitirán asegurar en gran medida el éxito del negocio.

- 4.4.2 Disponibilidad de insumos:** Es un factor determinante a la hora de las ventas, en vista de que la ausencia de material pueda desanimar a nuestra demanda, acabar con la imagen y las expectativas del negocio. Finalmente un stock de inventario que se acumule por falta de rotación conlleva a la generación de grandes costo que representarían a la empresa grandes pérdidas.

- 4.4.3 Capacidad financiera:** El capital propio disponible para la iniciación del proyecto es mínimo, consecuentemente no existe independencia financiera y se deberá recurrir a un préstamo en entidades del Sector Financiero.

- 4.4.4 Capacidad administrativa:** La gestión adecuada del establecimiento implica el buen uso de las capacidades administrativas para el montaje y manejo del mismo siguiendo el enfoque deseado. Constituye una buena alternativa para garantizar el funcionamiento correcto del negocio en sus periodos de creación e iniciación hacia una opción de crecimiento a medida que se posiciona el servicio y se consolida el mercado.

4.4.5 Problemas de orden institucional: Inicialmente la boutique contará con un manual específico para cada uno de los cargos. Así mismo se dará a conocer desde el principio la misión, visión, objetivos y políticas, de esta manera se genere una cultura organización favorable y positiva que estimule el buen funcionamiento de la empresa.

4.5 Método cualitativo por puntos

Las principales Técnicas subjetivas utilizadas para emplazar solo tienen en cuenta Factores Cualitativos y no Cuantitativos, que tienen mayor validez en la selección de la macro-zona que en la Ubicación específica. Los tres Métodos que se debe incorporar para el estudio son denominados como: Antecedentes Industriales, Factor Preferencial y Factor Dominante.

4.5.1 Factores determinantes para el estudio

- Materia Prima disponible
- Cercanía del Mercado
- Costos insumos
- Clima
- Mano de obra disponible
- Servicio de Transporte
- Seguridad
- Accesibilidad

4.5.2 Sectores que van a ser analizados

- **Zona A:** Norte de Quito
- **Zona B:** Centro de Quito
- **Zona C:** Sur de Quito

CUADRO # 7

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Factor	Peso	Zona	A	Zona	B	Zona	C
Materia Prima disponible	0,14	5	0,70	5	0,70	4	0,56
Cercanía del mercado	0,10	8	0,80	3	0,30	3	0,30
Costos insumos	0,16	7	1,12	8	1,28	7	1,12
Clima	0,10	4	0,40	1	0,10	7	0,70
Mano de Obra disponible	0,15	5	0,75	6	0,90	6	0,90
Servicio de transporte	0,12	7	0,84	2	0,24	4	0,48
Seguridad	0,13	9	1,17	6	0,78	5	0,65
Accesibilidad al local	0,10	8	0,80	7	0,70	6	0,60
TOTALES	1		6,58		5,00		5,31

Elaborado por: autora

Fuente: Investigación propia

Descripción del Cuadro # 7

Peso: Se distribuye los caracteres según la necesidad hasta completar el valor de 1 unidad en total.

Zona: Valor de importancia del 1 al 10, siendo 10 lo mejor y 1 lo peor.

- **Zona A:** Norte de Quito
- **Zona B:** Centro de Quito
- **Zona C:** Sur de Quito

Fórmula: $ZONA\ A = \text{Peso} * \text{Zona}$

Fórmula: $ZONA\ B = \text{Peso} * \text{Zona}$

Fórmula: $ZONA\ C = \text{Peso} * \text{Zona}$

Nuestro mejor resultado es 6,58 puntos, por lo que determinaremos que la zona más optima para la instalación de la boutique es la Zona A que está ubicado en el sector norte.

4.6 Ingeniería de proyecto

4.6.1 Definición del proyecto: Boutique Safira para personas con sobrepeso

4.6.2 Líneas de Productos: En nuestra boutique se desarrollara diferentes vestuarios como son:

Prendas a confeccionar:

- Ropa Interior
- Blusas
- Faldas
- Pantalones
- Abrigos

La confección de cada una de las prendas se necesitara varios equipos, materia prima y mano de obra capacitada. También se debe equipar el departamento de diseño y departamento médico.

4.6.3 Proceso de Atención al Cliente: Boutique Safira se encargará de dar una atención personalizada a cada una de nuestros clientes por lo que seguiremos los siguientes pasos para completar con la confección y compra de los productos:

- 1. Registro:** Boutique Safira atiende cordialmente a cada cliente por medio de una asesora asignada, la cual le comenta nuestro método de trabajo y posteriormente le toma sus datos para anexarla en nuestra base de datos. En este punto damos ofertamos dos opciones: la compra de prendas en stock o la confección de una prenda en especial para lo que debe seguir los pasos siguientes.
- 2. Diseño:** Luego de contar con los suficientes datos de los clientes, la diseñadora asignada aconseja el modelo y estilo de vestimenta requerida para la ocasión que nuestro cliente lo solicita, posteriormente se muestra la gama de telas y colores para completar el diseño, se realiza un boceto

de la posible prenda y si hay un acuerdo se realiza la producción del mismo en tiempos estimados.

3. Producción: En la confección de las prendas para la boutique, su proceso empieza por:

- A.** Escoger la tela acorde a la prenda a confeccionar.
- B.** Se realiza una inspección exhaustiva de la cantidad por metro de tela
- C.** La diseñadora realiza la moldura de la prenda para cada una de las tallas correspondientes.
- D.** Se traza el modelo escogido en las telas seleccionadas, acorde con la talla a confeccionar.
- E.** Posteriormente se procede al corte para seguir con la inspección de telas
- F.** Se selecciona diferentes cortes por tallas y modelos, para ser trasladado a la zona de ensamble.
- G.** En la zona de ensamble cada prenda pasa por estos procesos:
 - Primero máquina de coser recta
 - Máquina de overlock con seguridad para rematar hilos
 - Máquina ribeteadora para extras
 - Máquina para elásticos y ojales
- H.** Unión de las prendas pegando cuellos y ruedos de mangas.
- I.** Control de calidad de cada una de las piezas.
- J.** Paso al área de planchado.
- K.** Proceso de etiquetación.
- L.** Realizar el doblado y empacado.
- M.** Trasladándose hacia la bodega de productos y tomando pequeñas muestras para ser exhibidas en vitrinas.

4. Prueba: Antes de un acabado final se debe realizar una prueba preliminar para que nuestro cliente ajuste sus necesidades a la prenda.

5. Entrega: Cuando ya se encuentra la prenda almacenada se llama a la clienta para que la retire ya sea del local o se la entrega a domicilio, adicional a esto tiene una cita con la psicóloga de nuestra boutique para que pueda conversar sobre alguna duda, por lo que nuestra clientela debe ser tratada de manera especial.

4.7 Determinación de factores para la adquisición de equipo y maquinaria.

4.7.1 Principales Proveedores

Boutique Safira ha realizado una lista de los proveedores mas opcionados para el equipamiento de los diferentes departamentos es por eso que lo hemos dividido en tres categorías importantes para determinar un presupuesto.

4.7.1.1 Proveedores de Materiales de Oficina

- **Muebles el Bosque**
Ubicación: 10 de Agosto e Isaac Albéniz esq.
- **Megamaxi**
Ubicación: Centro Comercial Iñaquito
- **Paco**
Ubicación: Centro Comercial Iñaquito

4.7.1.2 Proveedores de Equipos de Computación

- **Pinsof**
Ubicación: Fray Jodoco Rique N14-102 e Itchimbia
- **FDG**
Ubicación: Av. de la Prensa N43- 256 y Edmundo Carvajal

4.7.1.3 Proveedores de Maquinaria para Departamento de Producción

- **Indexcorp CIA Ltda**

Ubicación: Av. República OE 2-61y Burgeois

- **Demiq S.A**

Ubicación: Manuel Larrea 1003 (N17-241) y Santiago

- **Interpena Cia Ltda**

Ubicación: Av. De los Granados E14- 637 y Eloy Alfaro

4.7.2 Requerimientos para inversión

El equipo solicitado será para poner en marcha nuestra nueva empresa a continuación se detalla:

TABLA 16
MUEBLES Y ENSERES

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
4	escritorios en L 1,50 m x 1,50 m y sillas giratorias	\$200.00	\$800.00
1	Escritorio Recepción	\$330.00	\$330.00
3	Archivadores	\$120.00	\$360.00
2	Vitrinas para exhibicion	\$120.00	\$600.00
6	Anaqueles para bodegas e insumos	\$150.00	\$900.00
TOTAL			\$2,990.00

TABLA 17
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Cantidad	Descripcion	Precio Unitario	Total
3	Equipo de computo	\$1,590.00	\$4,770.00
1	impresoras mutifuncion	\$190.00	\$190.00
2	impresoras matriciales	\$160.00	\$320.00
1	Modem y Router Red LAN	\$110.00	\$110.00
1	disco duro 1 terabite	\$110.00	\$110.00
TOTAL			\$5,500.00

TABLA 18**ÚTILES DE OFICINA**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
2	mesas de dibujo	\$95.00	\$190.00
6	perforadoras y grapadoras	\$6.00	\$36.00
6	saca grapas	\$1.00	\$6.00
8	Teléfonos de escritorio	\$48.00	\$384.00
10	cajas de clips	\$0.80	\$8.00
6	archivadores de escritorio	\$3.20	\$19.20
4	cajas de esferos varios colores	\$6.80	\$27.20
4	cajas de marcadores	\$8.50	\$34.00
4	cajas de lapices para dibujo	\$5.40	\$21.60
5	paquetes de hojas	\$5.00	\$25.00
10	paquetes de hojas para diseno	\$7.80	\$78.00
2	cajas de borradores	\$4.50	\$9.00
2	pizarras de tiza liquida	\$79.00	\$158.00
20	carpetas de archivo	\$6.50	\$130.00
TOTAL			\$742.00

TABLA 19**MATERIA PRIMA: TELAS**

			VALOR \$ USD	
ESPECIFICACION	CANT	Unidad de medida	UNITARIO	TOTAL
Satin	30	metros	\$3.00	90.00
George	30	metros	\$8.00	240.00
Strech	30	metros	\$6.00	180.00
Algodon Strech	40	metros	\$8.00	320.00
Punto	50	metros	\$5.00	250.00
Lanilla	40	metros	\$13.00	520.00
Pano	20	metros	\$22.00	440.00
Lino	20	metros	\$12.00	240.00
Gamusa	20	metros	\$15.00	300.00
Dacron	30	metros	\$3.00	90.00
Jean	50	metros	\$9.00	450.00
Casimir 3001	20	metros	\$11.00	220.00
TOTAL				\$ 3,340.00

TABLA 20

CIF

Articulos de Confeccion				
			VALOR \$ USD	
ESPECIFICACION	CANT	Unidad de medida	UNITARIO	TOTAL
Botones grandes	300	unidad	\$0.30	90.00
botones pequenos	300	unidad	\$0.20	60.00
Cintas	50	metros	\$1.00	50.00
Cierres	100	unidad	\$0.30	30.00
Agujas de mano	100	unidad	\$0.50	50.00
tiza	50	unidad	\$0.30	15.00
belcro	50	metros	\$0.60	30.00
broches	20	docenas	\$0.60	12.00
gafetes	20	docenas	\$0.30	6.00
hombreras	60	pares	\$0.30	18.00
pelon	50	metros	\$3.00	150.00
Hilo	300	metros	\$0.50	150.00
TOTAL				\$ 661.00

TABLA 21

MAQUINARIA

Cantidad	Descripcion	Precio Unitario	Total
2	Maquina de costura recta (M1)	\$1,378.50	\$2,757.00
1	Maquina de costura overlock (M2)	\$2,290.00	\$2,290.00
1	Maquina Recubridora (M3)	\$1,410.00	\$1,410.00
1	Maquina Ojaladora (M4)	\$1,280.00	\$1,280.00
1	Plancha (M5)	\$300.00	\$300.00
TOTAL			\$8,037.00

TABLA M 1

MÁQUINA RECTA

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
2	Máquinas de costura Rectas	\$1,378.50	\$2757.00
	De 1 y 2 agujas, con puntada doble		
	Motor 1/2 HP 3.450 RPM. Velocidad 5.500 PPM.		



TABLA M 2

MÁQUINA OVERLOCK

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Máquinas de costura Overlock	\$2,290.00	\$2290.00
	Para encarrujar, cerrar y sobreorillar		
	Velocidad entre 6000 y 7500		
	Motor de 1/2HP, 3450 PPM		



TABLA M 3

MÁQUINA RECUBRIDORA

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Máquinas de Recubridoras	\$1,410.00	\$1410.00
	3 agujas, folder de 35 mm		
	Velocidad entre 6000 y 7000 PPM		
	Motor de 1/2HP, 3450 PPM		



TABLA M 4

MÁQUINA OJALADORA

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Máquinas de Ojaladora	\$1,280.00	\$1280.00
	puntadas entre 54 y 345		
	Velocidad 3600 PPM		
	Motor continuo para 110V		



TABLA M 5

PLANCHA

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Plancha	\$300.00	\$300.00
	Con tanque de agua que baja por		
	gravedad y el vapor se forma en la plancha caliente		



4.8 Distribución de materia prima, mano de obra y CIF por producto

Prenda: Ropa interior

CUADRO # 8

ROPA INTERIOR

(Ref: Cuadro 4)

Proceso	Actividad	Recursos					
		Materia Prima	Costo	Mano Obra	Costo	CIF	Costo
Diseño	Elegir modelo, dibujar y sacar moldes.	Computador, programa diseno	\$0.80	disenadora	\$1.00	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.20
Selección de material.	Diferenciar telas y accesorios de bodegas.	tela: algodón, seda, punto	\$2.25	obrero	\$0.80	cintas, encajes, hilo, agujas	\$0.80
Impresión de moldes.	Dibujar el modelo en el programa de diseño, e imprimirlo.	papel	\$0.50	disenadora	\$0.30	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.20
Cortado.	Con los moldes ya diseñados, añadirlos a la tela para proceder con el corte.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.40	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.00
Confección.	Enviar moldes debidamente ordenados para proceder con la unión en las diferentes maquinas de coser.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$1.00	cintas, encajes	\$0.00
Inspección.	Luego de la confección se revisara cuidadosamente para evitar fallas.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.20	cintas, encajes	\$0.00
Planchado y Empacado.	Se realiza la inspección para luego proceder con el planchado y empacado.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.30	cintas, encajes	\$0.00
TOTAL			\$3.55		\$4.00		\$1.20

Precio de Producción	\$8.75
Margen de Contribución	\$1.25
Precio de Venta al Publico	\$10.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Costos de MP, MO, CIF

CUADRO # 9

BLUSAS

(Ref: Cuadro 4)

Proceso	Actividad	Recursos					
		Materia Prima	Costo	Mano Obra	Costo	CIF	Costo
Diseño	Elegir modelo, dibujar y sacar moldes.	Computador, programa diseno	\$1.20	disenadora	\$2.00	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.20
Selección de material.	Diferenciar telas y accesorios de bodegas.	tela: algodón, dacron	\$7.15	obrero	\$0.80	botones, hombreras,cintas, hilo, agujas	\$2.00
Impresión de moldes.	Dibujar el modelo en el programa de diseño, e imprimirlo.	papel	\$0.50	disenadora	\$0.30	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.20
Cortado.	Con los moldes ya diseñados, añadirlos a la tela para proceder con el corte.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.40	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.00
Confección.	Enviar moldes debidamente ordenados para proceder con la unión en las diferentes maquinas de coser.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$1.50	cintas, encajes	\$0.00
Inspección.	Luego de la confección se revisara cuidadosamente para evitar fallas.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.90	cintas, encajes	\$0.00
Planchado y Empacado.	Se realiza la inspección para luego proceder con el planchado y empacado.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.60	cintas, encajes	\$0.00
TOTAL			\$8.85		\$6.50		\$2.40

Precio de Producción	\$17.75
Margen de Contribución	\$3.25
Precio de Venta al Publico	\$21.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Costos de MP, MO, CIF

CUADRO # 10

FALDAS

(Ref: Cuadro 4)

Proceso	Actividad	Recursos					
		Materia Prima	Costo	Mano Obra	Costo	CIF	Costo
Diseño	Elegir modelo, dibujar y sacar moldes.	Computador, programa diseno	\$1.20	disenadora	\$1.70	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.20
Selección de material.	Diferenciar telas y accesorios de bodegas.	tela: seda, lino, dacron, jean	\$10.80	obrero	\$0.80	botones, cintas, encajes, hilo, agujas	\$1.50
Impresión de moldes.	Dibujar el modelo en el programa de diseño, e imprimirlo.	papel	\$1.50	disenadora	\$0.80	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.40
Cortado.	Con los moldes ya diseñados, añadirlos a la tela para proceder con el corte.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.60	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.00
Confección.	Enviar moldes debidamente ordenados para proceder con la unión en las diferentes maquinas de coser.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$1.50	cintas, encajes	\$0.00
Inspección.	Luego de la confección se revisara cuidadosamente para evitar fallas.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.80	cintas, encajes	\$0.00
Planchado y Empacado.	Se realiza la inspección para luego proceder con el planchado y empacado.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.50	cintas, encajes	\$0.00
TOTAL			\$13.50		\$6.70		\$2.10

Precio de Producción	\$22.30
Margen de Contribución	\$4.70
Precio de Venta al Publico	\$27.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Costos de MP, MO, CIF

CUADRO # 11

PANTALONES

(Ref: Cuadro 4)

Proceso	Actividad	Recursos					
		Materia Prima	Costo	Mano Obra	Costo	CIF	Costo
Diseño	Elegir modelo, dibujar y sacar moldes.	Computador, programa diseno	\$1.80	disenadora	\$2.50	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.30
Selección de material.	Diferenciar telas y accesorios de bodegas.	tela: jean, punto, casimir 3001	\$14.80	obrero	\$0.80	botones, cintas, hilo, agujas, hebillas	\$1.50
Impresión de moldes.	Dibujar el modelo en el programa de diseño, e imprimirlo.	papel	\$2.00	disenadora	\$0.80	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.40
Cortado.	Con los moldes ya diseñados, añadirlos a la tela para proceder con el corte.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.60	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.00
Confección.	Enviar moldes debidamente ordenados para proceder con la unión en las diferentes maquinas de coser.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$1.50	cintas, encajes	\$0.00
Inspección.	Luego de la confección se revisara cuidadosamente para evitar fallas.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.90	cintas, encajes	\$0.00
Planchado y Empacado.	Se realiza la inspección para luego proceder con el planchado y empackado.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.50	cintas, encajes	\$0.00
TOTAL			\$18.60		\$7.60		\$2.20

Precio de Producción	\$28.40
Margen de Contribución	\$4.60
Precio de Venta al Publico	\$33.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Costos de MP, MO, CIF

CUADRO # 12

ABRIGOS

(Ref: Cuadro 4)

Proceso	Actividad	Recursos					
		Materia Prima	Costo	Mano Obra	Costo	CIF	Costo
Diseño	Elegir modelo, dibujar y sacar moldes.	Computador, programa diseño	\$2.50	disenadora	\$4.00	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.50
Selección de material.	Diferenciar telas y accesorios de bodegas.	tela: jean, lino, pano	\$22.80	obrero	\$1.20	botones, cintas, hilo, agujas, hebillas, hombreras	\$3.50
Impresión de moldes.	Dibujar el modelo en el programa de diseño, e imprimirlo.	papel	\$2.00	disenadora	\$0.80	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.40
Cortado.	Con los moldes ya diseñados, añadirlos a la tela para proceder con el corte.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$0.90	lapices, tijeras,tiza sastre	\$0.00
Confección.	Enviar moldes debidamente ordenados para proceder con la unión en las diferentes maquinas de coser.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$3.00	cintas, encajes	\$0.00
Inspección.	Luego de la confección se revisara cuidadosamente para evitar fallas.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$2.00	cintas, encajes	\$0.00
Planchado y Empacado.	Se realiza la inspección para luego proceder con el planchado y empackado.	tela y papel	\$0.00	obrero	\$1.50	cintas, encajes	\$0.00
TOTAL			\$27.30		\$13.40		\$4.40

Precio de Producción	\$45.10
Margen de Contribución	\$10.90
Precio de Venta al Publico	\$56.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Costos de MP, MO, CIF

4.9 Organización del recurso humano

4.9.1 Departamentos Administrativo y Financiero

Administrador

Cuyo objetivo principal es mantener y aumentar las ventas mediante la administración eficiente del recurso humano y del mercado potencial de clientes en un plazo determinado.

Contador

Llevará oportunamente las cuentas de la empresa, saber cuál es su situación y buscar alternativas atractivas que le permitan ahorrar en costos y gasto, aumentando sus expectativas de rendimiento.

4.9.2 Departamentos de Ventas

Se encargá de cobrar los saldos a los diferentes clientes, realiza informes de ventas mensuales con los datos entregados por los vendedores con los que cuenta la empresa, además de un informe de cantidades vendidas.

4.9.3 Departamentos Operativo

4.9.3.1 Área de diseño

En la cual se diseña la ropa y el patronaje que es el sistema por el cual se saca un "plano" para cortar las telas.

Después de ese primer patrón se sacan las tallas más grandes y pequeñas es el ESCALADO. Este es necesario en toda elaboración de prendas.



4.9.3.2 Área de corte

Se corta la tela utilizando los patrones dados por el departamento de diseño.

Se amarra los cortes por tamaño y modelo.



4.9.3.3 Área de ensamble

Se ha determinado que existen tres módulos en donde se realiza el ensamble de las distintas piezas cortadas utilizando de máquinas de coser.

Las piezas de tela tienen guías por donde se deberá realizar la costura.

GRÁFICO # 30

ÁREA DE ENSAMBLE



Fuente: La autora

Donde:

1. Transporte de tela en moldes desde el área de corte hacia el área de ensamble
2. Unión de los moldes máquina recta
3. Coser las prendas por máquina overlook para eliminar costuras deficientes
4. Pasar la prendas por máquina recubridora, hacer ojales, poner hombreras o cierres según sea el caso
5. Inspección



4.9.3.4 Área de acabado

En esta etapa se colocan a cada prenda:

- 1) Vistas, dobladillos, adornos, resortes y broches, de acuerdo con la tabla de especificaciones y a la muestra modelo.
- 2) Los bordados
- 3) Se realiza la costura de las prendas.
- 4) Planchado con equipo industrial
- 5) Realizar dobleces especiales

4.9.4.5 Inspección

La prenda terminada se somete a la inspección para verificar que no existan fallas.



4.9.4.6 Bodega de insumos y telas



4.9.4.7 Bodega de productos terminados



Aquí existen requisitos importantes como son:

- Cada prenda tiene un código.
- Se debe pesar la cantidad de producción y retazos.
- Se lleva un control de la cantidad de kilogramos de desperdicios.

CUADRO # 13

SALARIOS

CARGO: Asesoría Médica

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO MENSUAL	300,00	350,00	400,00	450,00	500,00
SUELDO PROYECTADO	3.600,00	4.200,00	4.800,00	5.400,00	6.000,00
13ER SUELDO	300,00	350,00	400,00	450,00	500,00
14TO SUELDO	264,00	280,00	300,00	320,00	340,00
APORTE PATRONAL	437,40	510,30	583,20	656,10	729,00
FONDO DE RESERVA	-	350,00	400,00	450,00	500,00
VACACIONES	-	175,00	200,00	225,00	250,00
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 4.601,40	\$ 5.865,30	\$ 6.683,20	\$ 7.501,10	\$ 8.319,00

CARGO: Contadora

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO MENSUAL	450,00	550,00	600,00	650,00	700,00
SUELDO PROYECTADO	5.400,00	6.600,00	7.200,00	7.800,00	8.400,00
13ER SUELDO	450,00	550,00	600,00	650,00	700,00
14TO SUELDO	264,00	280,00	300,00	320,00	340,00
APORTE PATRONAL	656,10	801,90	874,80	947,70	1.020,60
FONDO DE RESERVA	-	550,00	600,00	650,00	700,00
VACACIONES	-	275,00	300,00	325,00	350,00
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 6.770,10	\$ 9.056,90	\$ 9.874,80	\$ 10.692,70	\$ 11.510,60

CARGO: Administrador

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO MENSUAL	600,00	650,00	700,00	750,00	800,00
SUELDO PROYECTADO	7.200,00	7.800,00	8.400,00	9.000,00	9.600,00
13ER SUELDO	600,00	650,00	700,00	750,00	800,00
14TO SUELDO	264,00	280,00	300,00	320,00	340,00
APORTE PATRONAL	874,80	947,70	1.020,60	1.093,50	1.166,40
FONDO DE RESERVA	-	650,00	700,00	750,00	800,00
VACACIONES	-	325,00	350,00	375,00	400,00
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 8.938,80	\$ 10.652,70	\$ 11.470,60	\$ 12.288,50	\$ 13.106,40

CARGO: Vendedoras

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO MENSUAL	300,00	350,00	400,00	450,00	500,00
SUELDO PROYECTADO	3.600,00	4.200,00	4.800,00	5.400,00	6.000,00
13ER SUELDO	300,00	350,00	400,00	450,00	500,00
14TO SUELDO	264,00	280,00	300,00	320,00	340,00
APORTE PATRONAL	437,40	510,30	583,20	656,10	729,00
FONDO DE RESERVA	-	350,00	400,00	450,00	500,00
VACACIONES	-	175,00	200,00	225,00	250,00
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 4.601,40	\$ 5.865,30	\$ 6.683,20	\$ 7.501,10	\$ 8.319,00

CARGO: Diseñadora

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO MENSUAL	400,00	450,00	500,00	550,00	600,00
SUELDO PROYECTADO	4.800,00	5.400,00	6.000,00	6.600,00	7.200,00
13ER SUELDO	400,00	450,00	500,00	550,00	600,00
14TO SUELDO	264,00	280,00	300,00	320,00	340,00
APORTE PATRONAL	583,20	656,10	729,00	801,90	874,80
FONDO DE RESERVA	-	450,00	500,00	550,00	600,00
VACACIONES	-	225,00	250,00	275,00	300,00
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 6.047,20	\$ 7.461,10	\$ 8.279,00	\$ 9.096,90	\$ 9.914,80

CARGO: Obreras

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO MENSUAL	1.200,00	1.400,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00
SUELDO PROYECTADO	14.400,00	16.800,00	19.200,00	21.600,00	24.000,00
13ER SUELDO	1.200,00	1.400,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00
14TO SUELDO	264,00	280,00	300,00	320,00	340,00
APORTE PATRONAL	1.749,60	2.041,20	2.332,80	2.624,40	2.916,00
FONDO DE RESERVA	-	1.400,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00
VACACIONES	-	700,00	800,00	900,00	1.000,00
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 17.613,60	\$ 22.621,20	\$ 25.832,80	\$ 29.044,40	\$ 32.256,00

TOTAL COSTO DEL PERSONAL MOD	\$ 48.572,50	\$ 61.522,50	\$ 68.823,60	\$ 76.124,70	\$ 83.425,80
-------------------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Elaborado por: autora

Investigación: salarios básicos, 2011

4.9.4.8 Perfiles Personal Administrativo

Gerente General

Perfil Profesional

Administradora de Empresas con experiencia en diseño y desarrollo de propuestas académicas, coordinación académica y administrativa de programas académicos.

Experiencia en el sector privado en planeación, organización y dirección de empresas.

Habilidades

Personales:

- Orientación al logro
- Capacidad de liderazgo y organización de personal
- Experiencia en el trabajo con equipos interdisciplinarios
- Efectiva comunicación oral y escrita
- Facilidad para las interrelaciones personales
- Capacidad para trabajar con proyectos simultáneos
- Capacidad de adaptación al cambio
- Habilidad para analizar problemas, seleccionar, diseñar o implementar soluciones de acuerdo con las necesidades.

Profesionales:

- Gestión y seguimiento a proyectos
- Presentación de licitaciones y propuestas empresariales

- Elaboración de presupuestos, seguimiento administrativo, contable y financiero a proyectos.
- Manejo de sistemas de información y aplicaciones informáticas
- Diseño y docencia de cursos y programas virtuales
- Conocimiento en Sistemas de Gestión de la Calidad
- Habilidades para el mercadeo de programas académicos
- Dirección y evaluación de trabajos de investigación

Asesoría Médica

Perfil Profesional

Psicóloga, con experiencia en procesos de reclutamiento, Selección de personal y aplicación de pruebas psicotécnicas, planeación, y desarrollo de capacitación de personal. Experiencia en nutrición y habilidades comunicativas, escucha activa, capacidad de análisis, capacidad para trabajar en equipo y buen manejo de relaciones interpersonales. Trabajo terapéutico con mujeres de edad comprendida entre los 6 y 64 años, enfocado al mejoramiento personal; experiencia en la evaluación y tratamiento psicológico para procesos de crecimiento personal a través de la psicoterapia humanista.

Habilidades

Personales:

- Efectiva comunicación oral y escrita
- Facilidad para las interrelaciones personales
- Red de formación permanente.
- Interactuar en grupos medianos y grandes.

Profesionales:

- Manejo procesos de Capacitación en empresas y todo tipo de temas en Salud mental y física.
- Formación como terapeuta psicológico.
- Participar como conferencista o interlocutor en eventos de capacitación, organizados por la Boutique.
- Direccionar y proponer el diseño y la formulación de procedimientos para la mejora continua de la empresa.

Departamento Administrativo**Administrador****Perfil Profesional**

Economista egresado de la Universidad, con estudios de especialización en análisis de crédito y técnicas de Administración Bancaria, amplia experiencia en operación bancaria en las áreas administrativa y comercial, importante trayectoria en el manejo de fideicomisos de inversión, administración e inmobiliario, en la administración financiera y operativa de proyectos inmobiliarios, así como en administración hotelera.

Habilidades**Personales:**

- Capacidades administrativas, liderazgo, negociación.

- Comunicación, trabajo en equipo, empuje, toma de decisiones, flexibilidad, trabajo bajo presión.
- Actitud de excelente servicio para con el cliente.

Profesionales:

- Adecuado trato al cliente y espíritu emprendedor.
- Fácil desenvolvimiento en tareas a desempeñar.
- Manejo y aplicación de las destrezas administrativas destinadas a grupos y a la obtención de objetivos.
- Manejo de paquetes de ofimática.

Contador

Perfil Profesional

Contador Público con alto grado de capacidad para desenvolverse en entornos económicos y tecnológicos globalizados, con el fin de solucionar desde mis competencias técnico-científicas problemas concernientes a la construcción, control y certificación de información, para comunicarla de manera efectiva como conocimiento útil en el proceso de desarrollo de oportunidades presentes y futuras de las personas y las organizaciones, especialmente en los campos financiero y tributario.

Habilidades

Personales:

- Administración y Liderazgo.
- Buenas relaciones interpersonales.

- Trabajo en grupo.

Profesionales:

- Administrar los recursos físicos, humanos, logísticos y financieros.
- Programar y negociar las compras y el pago de las mismas.
- Recaudar y administrar los recursos financieros de la Sociedad.
- Generar informes contables y financieros y entregar reportes a los órganos de administración, a entidades benefactoras y de vigilancia y control tales como: declaraciones de Iva, Ice, Retención en la fuente, Renta y Complementos.
- Diseñar y acompañar los procesos de gestión humana.
- Diseñar estrategias para la ampliación y sostenimiento del mercado.
- Administración y control de contabilidad, nómina, inventarios, cartera, facturación, tesorería y proveedores, manejo de software Monica.

Departamento de Ventas

Vendedora

Perfil Profesional

Estudiante o Egresado de Universidad con experiencia y conocimiento en las áreas de ventas, sistemas, atención y servicio al cliente, interactuando directamente con el área comercial. Espíritu de colaboración, responsable, activo, habilidades de servicio, liderazgo, toma de decisiones, trabajo individual y en equipo, manejo confidencial de la información y con gran

facilidad de relaciones interpersonales, lo que me permite un gran campo de acciones en diferentes labores.

Personales:

- Administración y Liderazgo.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Trabajo en grupo.

Profesionales:

- Administrar los recursos físicos, humanos, logísticos y financieros.
- Conocimiento básico sistema MONICA.
- Capacidad de interrelacionarse.
- Facilidad de Palabra.
- Manejo de inventario y kardex.

Departamento Operativo

Operadoras

Perfil Profesional

Estudiante o Egresado con experiencia y conocimiento en las áreas de corte y confección, atención y servicio al cliente, manejo de maquinas de coser de todo tipo, así como corte y ensamblaje de prendas.

Personales:

- Administración y Liderazgo.
- Buenas relaciones interpersonales.

- Trabajo en grupo.

Profesionales:

- Manejo maquinas como overlok, recta, collareta y tapa costura, como así también en mesa preparando trabajo.
- Manejo de maquina zig zag y de rebajar.
- Toma de medidas clientes.
- Manejo de inventario.
- Conocimiento de telas y accesorios para la alta costura.

Diseñadora

Perfil Profesional

Diseñadora de modas, egresada o estudiante. Con experiencia en diseño de vestuario para Cine, televisión y teatro, Stayling, organización de eventos, arte y producción

Personales:

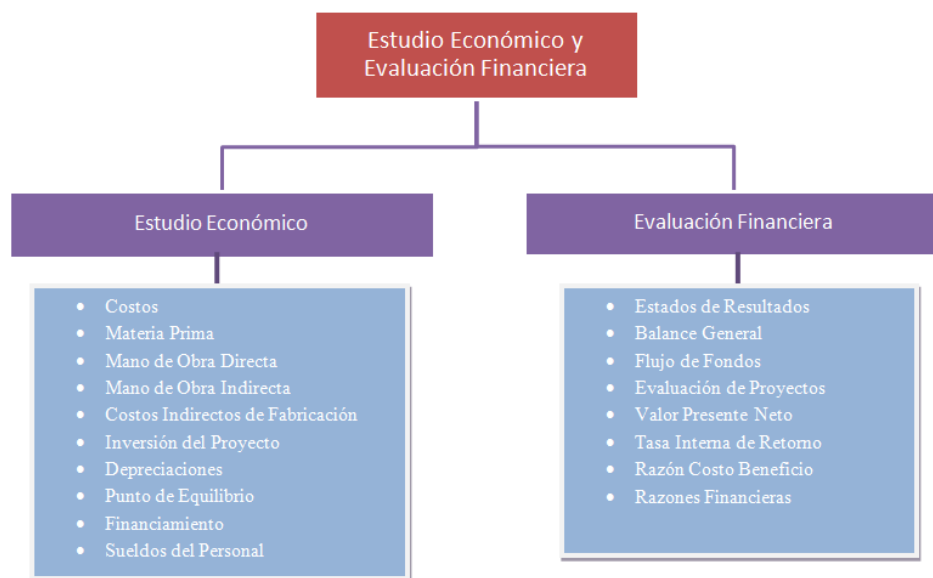
- Administración y Liderazgo.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Trabajo en grupo.

Profesionales:

- Conocimientos básicos en corte y confección.
- Conocimiento en ofimática.
- Desarrollo de colecciones diseño e industrialización del patronaje textil
- manejo del sistema gerber adobe illustrator.

CAPÍTULO V

Estudio Económico y Evaluación Financiera



5. 1 Estudio Económico:

Comprende los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

Determinara cual será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.

5.1.1 Objetivos del Estudio

- Determinar el monto de inversión total requerida y el tiempo que tardará en su ejecución.

- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá en la realización del proyecto.
- Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles.
- Analizar costos y gastos incurridos.
- Determinar el punto de equilibrio analítico y gráfico del proyecto.

5.1.2 Costos

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Es el consumo de recursos (materias primas, mano de obra, costos indirectos de fabricación, etc.) para realizar actividades relacionadas directamente con la producción del bien o la prestación del servicio. El beneficio obtenido por el sacrificio de estos recursos se obtendrá una vez se venda el producto final.¹¹

5.1.3 Materia Prima

Se conocen como materias primas a la componente extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.

Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de consumo se denominan productos semielaborados, productos semiacabados o productos en proceso, o simplemente materiales.

¹¹ <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptosGeneralesDelCosto>

CUADRO # 14**MPD: TELAS**

(Ref: Tabla 19)

Telas				
ESPECIFICACION	CANT	Unidad de medida	VALOR \$ USD	
			UNITARIO	TOTAL
Satin	30	metros	\$3.00	90.00
George	30	metros	\$8.00	240.00
Strech	30	metros	\$6.00	180.00
Algodon Strech	40	metros	\$8.00	320.00
Punto	50	metros	\$5.00	250.00
Lanilla	40	metros	\$13.00	520.00
Pano	20	metros	\$22.00	440.00
Lino	20	metros	\$12.00	240.00
Gamusa	20	metros	\$15.00	300.00
Dacron	30	metros	\$3.00	90.00
Jean	50	metros	\$9.00	450.00
Casimir 3001	20	metros	\$11.00	220.00
TOTAL				\$ 3,340.00

E**Elaborado por:** La autora**Fuente:** Investigación de mercados diferentes compañías.**5.1.4 Mano de Obra Directa**

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

CUADRO # 15**PERSONAL OPERATIVO**

(Ref: Cuadro #13)

CARGO	NUMERO DE PERSONAS	UNITARIO	TOTAL
Disenadora	1	\$400.00	\$400.00
Obreras	4	\$300.00	\$1,200.00
TOTAL			\$1,600.00

Elaborado por: La autora**Fuente:** Investigación propia

5.1.5 Mano de Obra Indirecta

Es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio.

CUADRO # 16

PERSONAL ADMINISTRATIVO

(Ref: Cuadro #13)

CARGO	NUMERO DE PERSONAS	UNITARIO	TOTAL
Gerente Geneal	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Administrador	1	\$600.00	\$600.00
Contadora	1	\$450.00	\$450.00
TOTAL			\$2,050.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

CUADRO # 17

PERSONAL DE VENTAS

(Ref: Cuadro #13)

CARGO	NUMERO DE PERSONAS	UNITARIO	TOTAL
Vendedora	1	\$300.00	\$300.00
TOTAL			\$300.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

5.1.6 Costos Indirectos de Fabricación

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.

CUADRO # 18

CIF

(Ref: Tabla 20)

Inventario				
Articulos de Confeccion				
ESPECIFICACION	CANT	Unidad de medida	VALOR \$ USD	
			UNITARIO	TOTAL
Botones grandes	300	unidad	\$0.30	90.00
botones pequenos	300	unidad	\$0.20	60.00
Cintas	50	metros	\$1.00	50.00
Cierres	100	unidad	\$0.30	30.00
Agujas de mano	100	unidad	\$0.50	50.00
tiza	50	unidad	\$0.30	15.00
belcro	50	metros	\$0.60	30.00
broches	20	docenas	\$0.60	12.00
gafetes	20	docenas	\$0.30	6.00
hombreras	60	pares	\$0.30	18.00
pelon	50	metros	\$3.00	150.00
Hilo	300	metros	\$0.50	150.00
TOTAL				\$ 661.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación de mercados diferentes compañías.

CUADRO # 19

BIENES DE CONTROL ADMINISTRATIVO

Bienes de Control Administrativo				
ESPECIFICACION	CANT	VIDA UTIL	VALOR \$ USD	
			UNITARIO	TOTAL
Sillas	8	10 años	25.00	200.00
Mesa para inspeccion y planchado	3	10 años	50.00	150.00
Mesa para corte	1	10 años	80.00	80.00
Vitrinas para insumos	4	10 años	90.00	360.00
TOTAL				\$ 790.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación de mercados diferentes compañías.

5.1.7 Costos financieros

Constituyen por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven cubrir un proyecto respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria.¹²

5.1.8 Inversión inicial fija

La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.¹³

Incluye los rubros necesarios para cubrir y poner en marcha el proyecto tomando en cuenta los siguientes conceptos:

- a) Inversiones Fijas
- b) Inversiones Diferidas
- c) Capital de Trabajo

a) INVERSIONES FIJAS: Estimulan los activos fijos requeridos por la empresa, sean estos la adquisición de terrenos, la construcción del planta para la producción y oficinas.

b) INVERSIONES DIFERIDAS: Son aquellas que se realizan sobre la adquisición de servicios o derechos los mismos que se ayuda para la puesta en marcha del proyecto, e incluyen: investigaciones preliminares, gastos de

¹² <http://www.definicion.org/costo-financiero>

¹³ PEUMANS, H. Deusto, Valoración de proyectos de inversión, edición 1967. Página 21

estudio, derechos de marca, patentes de inversión, licencias para la utilización de software, asistencia técnica, gastos de constitución entre otros.

Dentro de la contabilidad registraremos a las inversiones diferidas directamente en el gasto.

c) CAPITAL DE TRABAJO: Constituye el mínimo necesario de capital que requiere una empresa para solventar sus actividades mientras se desarrolla el proyecto, para su cálculo se puede utilizar los siguientes métodos.

- La diferencia del activo corriente menos el pasivo a corto plazo o corriente.

Capital de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente

- El valor de gastos operacionales anuales divididos para 365 días.

Capital de Trabajo = Gastos Operacionales / 365 días

Es conveniente utilizar el primer método para determinar el Capital de trabajo, puesto que desde el punto de vista práctico este debe ser el capital adicional que se necesita para que empiece a funcionar una empresa, esto implica que mientras la inversión fija y diferida pueden recuperarse por vía fiscal mediante la depreciación, este rubro no puede recuperarse por este medio, sino que la empresa se resarcirá de él a corto plazo.

CUADRO # 20

CAPITAL DE TRABAJO

ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
Caja, Bancos, Inversiones, Cuentas por Cobrar	Pasivos a Corto Plazo

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación Propia

Reemplazando la razón matemática, obtenemos:

CUADRO # 21

CAPITAL DE TRABAJO

ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
7103.00	0

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación Propia

CUADRO # 22

RUBROS PARA CÁLCULAR EL CAPITAL DE TRABAJO

3. CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos Personal	4,250.00
Arriendo Oficina	800.00
Suministros de Oficina	742.00
Servicios Básicos	124.00
Publicidad	220.00
Adecuación Instalaciones e Inspección	300.00
Bienes de control Administrativo	667.00
TOTAL	7,103.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación Propia

CUADRO # 23

INVERSIÓN DEL PROYECTO

INVERSION DEL PROYECTO	
Inversiones	VALOR \$ USD
1. FIJAS	
Terrenos	-
Construcciones	-
Equipos de Computación	5,500.00
Propiedad Planta y Equipo	2,990.00
Maquinaria	8,037.00
SUBTOTAL	16,527.00
2. DIFERIDAS	
Registro CFNCF	350.00
Derechos de Marca	250.00
Gastos de Legales de Constitución	1,200.00
SUBTOTAL	1,800.00
3. CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos Personal	4,250.00
Arriendo Oficina	800.00
Suministros de Oficina	742.00
Servición Básicos	124.00
Publicidad	220.00
Adecuación Instalaciones e Inspección	300.00
Bienes de control Administrativo	667.00
SUBTOTAL	7,103.00
INVERSIONES TOTALES	\$ 25,430.00
PORCENTAJE INVERSION TOTAL	100.00%

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación de mercados diferentes compañías.

En el siguiente cuadro se presenta el monto de inversión total que se requiere para la puesta en marcha del proyecto; se realiza la propuesta para el financiamiento de la inversión, siendo el 42.78% de este monto cubierto por aportaciones de los socios y el 57.22% haciendo uso de préstamo financiero y crédito comercial de nuestros proveedores.

CUADRO # 24

INVERSIÓN DEL PROYECTO

INVERSION DEL PROYECTO				
Inversiones	VALOR \$ USD	FINANCIAMIENTO		%
1. FIJAS		PROPIO	DEUDA	
Terrenos	-			0.00%
Construcciones	-			0.00%
Equipos de Computación	5,500.00	2,000.00	3,500.00	21.63%
Propiedad Planta y Equipo	2,990.00	1,990.00	1,000.00	11.76%
Maquinaria	8,037.00	3,037.00	5,000.00	31.60%
SUBTOTAL	16,527.00	7,027.00	9,500.00	64.99%
2. DIFERIDAS				
Registro CFNCF	350.00	350.00		1.21%
Derechos de Marca	250.00	250.00		0.86%
Gastos de Legales de Constitución	1,200.00	1,200.00		4.14%
				6.64%
SUBTOTAL	1,800.00	1,800.00	-	7.08%
3. CAPITAL DE TRABAJO				
Sueldos Personal	4,250.00	-	4,250.00	16.71%
Arriendo Oficina	800.00		800.00	3.15%
Suministros de Oficina	742.00	742.00		2.92%
Servicio Básicos	124.00	124.00		0.49%
Publicidad	220.00	220.00		0.87%
Adecuación Instalaciones e Inspección	300.00	300.00		1.18%
Bienes de control Administrativo	667.00	667.00		2.62%
SUBTOTAL	7,103.00	2,053.00	5,050.00	27.93%
INVERSIONES TOTALES	\$ 25,430.00	\$ 10,880.00	\$ 14,550.00	100.00%
PORCENTAJE INVERSION TOTAL	100.00%	42.78%	57.22%	

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación de mercados diferentes compañías.

CUADRO # 25

DETALLE INVERSIÓN DEL PROYECTO

1. FIJAS

Equipos de Computacion y Tecnología (Ref: Tabla B)

ESPECIFICACION	CANT	VIDA UTIL	VALOR \$ USD	
			UNITARIO	TOTAL
Equipo de computo	3	3 años	1,590.00	4,770.00
Modem y Router Red LAN	1	3 años	110.00	110.00
Impresora Matricial	2	3 años	160.00	320.00
Impresora Multifunción	1	3 años	190.00	190.00
Disco Duro	1	3 años	110.00	110.00
TOTAL				\$ 5,500.00

Muebles y Enseres (Ref: Tabla A)

ESPECIFICACION	CANT	VIDA UTIL	VALOR \$ USD	
			UNITARIO	TOTAL
Escritorios en L y Sillas	4	10 años	200.00	800.00
Escritorio Recepción	1	10 años	330.00	330.00
Archivadores	3	10 años	120.00	360.00
Vitrinas para exhibicion	5	10 años	120.00	600.00
Anaqueles para bodegas e insumos	6	10 años	150.00	900.00
TOTAL				\$ 2,990.00

Maquinaria (Ref: Tabla F)

ESPECIFICACION	CANT	VIDA UTIL	VALOR \$ USD	
			UNITARIO	TOTAL
Maquina de costura recta	2	10 años	1,378.50	2,757.00
Maquina de costura overlock	1	10 años	2,290.00	2,290.00
Maquina recubridora	1	10 años	1,410.00	1,410.00
Maquina Ojaladora	1	10 años	1,280.00	1,280.00
Planchas	1	10 años	300.00	300.00
TOTAL				\$ 8,037.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación de mercados diferentes compañías.

5.1.8.1 Cronograma de inversiones

Se intenta focalizar la ejecución de las inversiones previa la puesta en marcha de nuestro estudio de factibilidad, identificando las etapas de ocurrencia de estas.

Cada etapa tiene su duración específica dependiendo de la disponibilidad ya sea de los proveedores o de las entidades gubernamentales o cantonales, según sea el caso. Tomar en cuenta que todos los recursos invertidos

devengaran intereses financieros, puesto que se deja de percibir un ingreso por tenerlos inmovilizados hasta el inicio de operaciones de la boutique.

CUADRO # 26

CRONOGRAMA

Nº	ACTIVIDAD	DIAS	INVERSION	Primera Mes	Segunda Mes	Tercera Mes
1	Buscar sitio para Arrendar	30	\$ 26.00			
2	Cotizar Equipos de Computación y Tecnología	15	\$ 0.00			
3	Cotizar Mobiliario	15	\$ 0.00			
4	Cotizar una Firma de Abogados	15	\$ 0.00			
5	Solicitar Prestamo Banco	30	\$ 0.00			
6	Realizar Trámites de Constitución	30	\$ 1,200.00			
7	Registrar la Compañía en el RUC	30	\$ 0.00			
8	Registrar la marca en el IEPI	60	\$ 100.00			
9	Registrar la empresa en CFNCF	60	\$ 137.00			
10	Sacar permisos de funcionamiento	30	\$ 270.00			
11	Aprobación del Prestamo	5	\$ 0.00			
12	Arrendar Inmueble	5	\$ 800.00			
13	Comprar Equipo de Computación y Tecnología	5	\$ 5,500.00			
14	Comprar Mobiliario	5	\$ 2,990.00			
15	Compra Maquinaria	10	\$ 8,037.00			
16	Adecuar las Instalaciones	5	\$ 400.00			
17	Contratar Personal	15	\$ 4,250.00			
18	Instalar Software de Contabilidad	5	\$ 800.00			
19	Realizar Inspección de las Instalaciones	5	\$ 300.00			
20	Realizar Campaña Publicitaria	15	\$ 220.00			
21	Compra de insumos para el funcionamiento	10	\$ 400.00			
	TOTAL	90	\$ 25,430.00			

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia.

5.1.9 Depreciaciones

Es la distribución del importe depreciable de un activo durante su vida útil estimada. La depreciación en el período contable se carga a resultados ya sea directa o indirectamente.¹⁴

¹⁴ Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC 13)

Definiciones según NIFF 16:

- **Propiedad, Planta y Equipo**

Son los activos tangibles que posee una empresa para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un período económico.

- **Valor Razonable**

Es la cantidad por la cual puede ser intercambiado un activo entre un comprador y un vendedor debidamente informados, en una transacción libre.

- **Vida Útil**

El período durante el cual se espera utilizar el activo por parte de la empresa, o bien, el número de unidades de producción o similares que se espera obtener del mismo por parte de la empresa.

- **Depreciación**

Es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil.

- **Importe Depreciable**

Es el costo histórico del activo o la cantidad que lo sustituya en los estados financieros, una vez se ha deducido el valor residual.

- **Valor Residual**

Es el monto que se espera obtener al final de la vida útil del bien inmuebles, maquinaria y equipo después de deducir los costos esperados de su enajenación.

- **Perdida por Deterioro**

Es el monto por el que el valor contable de un bien excede su valor recuperable.

Depreciación según Reglamento de Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares
5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.¹⁵

5.1.9.1 Métodos de depreciación

Se han desarrollado varios métodos para estimar el gasto por depreciación de los activos fijos tangibles. Los cuatro métodos de depreciación más utilizados son:

- El de la línea recta.
- El de unidades producidas.
- El de la suma de los dígitos de los años.

¹⁵ Reglamento de Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno, Art.25, Numeral 6.

- El del doble saldo decreciente.

El método a utilizar en el presente estudio es el de Línea Recta, conforme lo impuesto en el artículo 25 de la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno, establecido por el SRI.

Método de depreciación de la línea recta.

En este método, es considerada como función del tiempo y no de la utilización de los activos. Resulta un método simple que viene siendo muy utilizado y que se basa en considerar la obsolescencia progresiva como la causa primera de una vida de servicio limitada, y considerar por tanto la disminución de tal utilidad de forma constante en el tiempo. El cargo por depreciación será igual al costo menos el valor de desecho.¹⁶

$$D = \frac{\text{Costo} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}} = \text{monto de la depreciación para cada año de vida del activo o gasto de depreciación anual}$$

De conformidad con el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, en el suplemento del Registro Oficial 94; Art. 28 referente a Gastos Generales Deducibles para efectos de Impuesto a la Renta establece en sus numerales 6 y 7 los parámetros para la depreciación establece:

La Depreciación de los Activos Fijos se realizara de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

Edificios:

El porcentaje normal de depreciación para los edificios (no incluido su terreno) es del 5% anual.

¹⁶ <http://www.depreciacion.net/metodos.html>

Si un edificio se deprecia totalmente en 20 años, es decir, que en 20 años pierde el 100% de su valor total por el uso a que es sometido, entonces cada año está perdiendo la veinteava parte de ese costo total. La veinteava parte de 100% es el 5% ($100\% \div 20 = 5\%$)

Muebles enseres maquinaria y equipos:

El porcentaje normal de depreciación para estos activos es del 10% anual.

La vida normal de los activos enunciados es de 10 años; por lo tanto su costo total, o sea, el 100% de su costo se reduce a una décima parte cada año. La décima parte del 100% es el 10% ($100\% \div 10 = 10\%$)

Vehículos:

Los vehículos tienen una vida legal normal de 5 años, es decir, que su desgaste es más acelerado que el de la maquinaria, los muebles, los edificios, etc. siendo su vida de solo 5 años entonces su depreciación anual será del 20% ($100\% \div 5 = 20\%$).

Nota: La tasa o porcentaje de depreciación anual de un activo cualquiera es el resultado de dividir el 100% por la vida legal de ese activo.¹⁷

TABLA DE DEPRECIACIÓN¹⁸

Bien	% Valor Residual	Vida Útil
Muebles y Enseres	10%	10 años
Maquinaria y Equipo	10%	10 años
Equipo de Oficina	10%	10 años
Vehículos	20%	5 años
Equipo de Computación	33,33%	3 años
Edificios	5%	20 años
Terrenos	No se deprecia - Plusvalía	

¹⁷ <http://www.elcontador.com.ec/imagesFTP/2837>.

¹⁸ Art.25, Núm. 6 de Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno.

DEPRECIACIÓN

a) Equipos de Computación

$$D = \frac{\text{Valor libros} - \text{Valor Residual}}{\text{numero de años}}$$

$$D = \frac{5500 - 1815}{3}$$

$$D = 1228.33$$

ACTIVO FIJO	VALOR LIBROS				\$ 5,500.00	100%
Equipos de Computación	VIDA UTIL				3 años	33.00%
	VALOR RESIDUAL				\$ 1,815.000	33.00%
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
GASTO ANUAL	\$ 1,228.33	\$ 1,228.33	\$ 1,228.33	\$ 0.00	\$ 0.00	
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 1,228.33	\$ 2,456.67	\$ 3,685.00	\$ 1,815.00	\$ 1,815.00	
SALDO AL FINAL DEL PERIODO	\$ 4,271.67	\$ 3,043.33	\$ 1,815.00	\$ 1,815.00	\$ 1,815.00	

b) Muebles y Enseres

$$D = \frac{\text{Valor libros} - \text{Valor Residual}}{\text{numero de años}}$$

$$D = \frac{2990 - 299}{10}$$

$$D = 269.10$$

ACTIVO FIJO	VALOR LIBROS				\$ 2,990.00	100%
Muebles y Enseres	VIDA UTIL				10 años	10%
	VALOR RESIDUAL				\$ 299.00	10%
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
GASTO ANUAL	\$ 269.10	\$ 269.10	\$ 269.10	\$ 269.10	\$ 269.10	
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 269.10	\$ 538.20	\$ 807.30	\$ 1,076.40	\$ 1,345.50	
SALDO AL FINAL DEL PERIODO	\$ 2,720.90	\$ 2,451.80	\$ 2,182.70	\$ 1,913.60	\$ 1,644.50	

c) Maquinaria

$$D = \frac{\text{Valor libros} - \text{Valor Residual}}{\text{numero de años}}$$

$$D = \frac{8037 - 803.70}{10}$$

$$D = 723.33$$

ACTIVO FIJO					
Maquinaria		VALOR LIBROS	\$ 8,037.00	100%	
		VIDA UTIL	10 años	10%	
		VALOR RESIDUAL	\$ 803.70	10%	
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO ANUAL	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 723.33	\$ 1,446.66	\$ 2,169.99	\$ 2,893.32	\$ 3,616.65
SALDO AL FINAL DEL PERIODO	\$ 7,313.67	\$ 6,590.34	\$ 5,867.01	\$ 5,143.68	\$ 4,420.35

CUADRO # 27

DEPRECIACIÓN PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

Concepto	Costo	%	Valor Residual	Anos vida util	Valor Anual	Valor Mensual
Muebles y Enseres					269.1	22.425
Escritorios en L y Sillas	800	10%	80	10	72	6
Escritorio Recepción	330	10%	33	10	29.7	2.475
Archivadores	360	10%	36	10	32.4	2.7
Vitrinas para exhibicion	600	10%	60	10	54	4.5
Anaqueles para bodegas e insumos	900	10%	90	10	81	6.75
Equipo de Computacion y Tecnologia					1228.33	102.36
Equipo de computo	4770	33%	1574.1	3	1065.30	88.78
Modem y Router Red LAN	110	33%	36.3	3	24.57	2.05
Impresora Matricial	320	33%	105.6	3	71.47	5.96
Impresora Multifunción	190	33%	62.7	3	42.43	3.54
Disco Duro	110	33%	36.3	3	24.57	2.05
Maquinaria					723.33	60.2775
Maquina de costura recta	2757	10%	275.7	10	248.13	20.6775
Maquina de costura overlock	2290	10%	229	10	206.10	17.175
Maquina recubridora	1410	10%	141	10	126.90	10.575
Maquina Ojaladora	1280	10%	128	10	115.20	9.6
Planchas	300	10%	30	10	27.00	2.25

Elaborado por: La autora

Fuente: Art.25, Núm. 6 de Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno.

5.1.10 Punto de equilibrio

Es el nivel de ventas con el cual se cubren todos los costos de operación fijos y variables, es decir, el nivel en el cual las Utilidades antes de impuestos son iguales a cero.¹⁹

La importancia del punto de equilibrio es determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o perdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este

¹⁹ CORDOVA Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos, ECOE Ediciones

punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

Objetivos

- Conocer con exactitud los costos fijos y variables de la empresa.
- Determinar el volumen de ventas y el precio óptimo para la empresa.
- Realizar gráficos para el análisis del punto de equilibrio con y sin financiamiento y compararlos.

$$\textbf{Punto Equilibrio} = \frac{\textit{Costos Fijos}}{\frac{1 - \textit{Costos Variables}}{\textit{Ventas Netas}}}$$

Existen tres métodos para conocer el punto de equilibrio y son:

GRÁFICO # 31 MÉTODOS PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: La autora

Investigación: CORDOVA Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos

5.1.10.1 Método del Margen de Contribución

Estableceremos el Margen del Costo Variable que es la proporción que se genera de la diferencia de (1-Margen de Contribución) el cual nos permite determinar nuestro Costo Variable en relación al nivel de ventas, los Costos Fijos se mantienen constantes, lo cual nos genera un equilibrio.

Estimaremos el volumen de ventas que se debe realizar con la siguiente función:

$$Q = \frac{CF}{PVU - CV}$$

Donde:

Q: volumen de ventas en unidades

PVU: Precio de venta por unidad

CF: Costo Fijo de operación por periodo

CV: Costo Variable de operación por unidad

CUADRO # 28

PUNTO DE EQUILIBRIO

METODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

SIN FINANCIAMIENTO

MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00	
COSTOS VARIABLES	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26	
MARGEN DE CONTRIBUCION	0.75	0.76	0.76	0.76	0.76	
COSTOS FIJOS	\$ 82,753.51	\$ 95,690.51	\$ 106,853.83	\$ 115,591.73	\$ 125,543.40	
PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS	\$ 110,089.33	\$ 125,218.97	\$ 139,827.10	\$ 151,261.37	\$ 164,283.95	

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 29
COMPROBACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO
SIN FINANCIAMIENTO

MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS	\$ 110,089.33	\$ 125,218.97	\$ 139,827.10	\$ 151,261.37	\$ 164,283.95	
MARGEN DEL COSTO VARIABLE	0.25	0.24	0.24	0.24	0.24	
COSTOS VARIABLES	\$ 27,335.81	\$ 29,528.46	\$ 32,973.27	\$ 35,669.64	\$ 38,740.55	
COSTOS FIJOS	\$ 82,753.51	\$ 95,690.51	\$ 106,853.83	\$ 115,591.73	\$ 125,543.40	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 30
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
SIN FINANCIAMIENTO

Cantidades					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	1,100.00	1,200.00	1,300.00	1,456.00	1,560.00
Blusas	1,200.00	1,300.00	1,400.00	1,560.00	1,664.00
Faldas	1,000.00	1,200.00	1,400.00	1,560.00	1,664.00
Pantalones	1,300.00	1,400.00	1,500.00	1,664.00	1,768.00
Abrigos	900.00	1,000.00	1,100.00	1,248.00	1,352.00
Total Prendas Año	5,500.00	6,100.00	6,700.00	7,488.00	8,008.00
Precios					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	10.00	11.00	12.00	12.00	13.00
Blusas	21.00	22.00	23.00	23.00	24.00
Faldas	27.00	28.00	29.00	29.00	30.00
Pantalones	33.00	34.00	35.00	35.00	36.00
Abrigos	56.00	57.00	58.00	58.00	59.00
Precio Promedio Año	\$ 73.50	\$ 76.00	\$ 78.50	\$ 78.50	\$ 81.00
Tasa de Crecimiento	0%	3.4%	3.3%	0.0%	3.2%
Ingresos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	11,000.00	13,200.00	15,600.00	17,472.00	20,280.00
Blusas	25,200.00	28,600.00	32,200.00	35,880.00	39,936.00
Faldas	27,000.00	33,600.00	40,600.00	45,240.00	49,920.00
Pantalones	42,900.00	47,600.00	52,500.00	58,240.00	63,648.00
Abrigos	50,400.00	57,000.00	63,800.00	72,384.00	79,768.00
Total Ingresos Año	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 31

COSTOS VARIABLES

SIN FINANCIAMIENTO

COSTOS VARIABLES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2,731.36	3,112.75	3,678.71	4,120.15	4,782.32
Blusas	6,257.30	6,744.30	7,593.23	8,461.03	9,417.49
Faldas	6,704.25	7,923.37	9,574.07	10,668.25	11,771.86
Pantalones	10,652.32	11,224.77	12,380.27	13,733.84	15,009.13
Abrigos	12,514.61	13,441.43	15,044.97	17,069.20	18,810.46
TOTAL	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

<u>COSTOS VARIABLES</u>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2.48	2.59	2.83	2.83	3.07
Blusas	5.21	5.19	5.42	5.42	5.66
Faldas	6.70	6.60	6.84	6.84	7.07
Pantalones	8.19	8.02	8.25	8.25	8.49
Abrigos	13.91	13.44	13.68	13.68	13.91
TOTAL	36.50	35.84	37.02	37.02	38.20

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 32

COSTOS FIJOS

SIN FINANCIAMIENTO

<u>COSTOS FIJOS</u>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	5,816.54	7,017.30	8,143.23	8,810.98	10,041.41
Blusas	13,325.17	15,204.16	16,808.47	18,093.99	19,773.86
Faldas	14,276.96	17,862.23	21,193.29	22,814.16	24,717.32
Pantalones	22,684.51	25,304.82	27,405.11	29,369.95	31,514.59
Abrigos	26,650.33	30,302.00	33,303.74	36,502.65	39,496.22
TOTAL	\$ 82,753.51	\$ 95,690.51	\$ 106,853.83	\$ 115,591.73	\$ 125,543.40

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 33

PUNTO DE EQUILIBRIO DE VOLUMEN

SIN FINANCIAMIENTO

<u>Punto Equilibrio Volumen</u>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	773.79	834.79	888.01	960.83	1,010.77
Blusas	844.14	904.36	956.32	1,029.46	1,078.16
Faldas	703.45	834.79	956.32	1,029.46	1,078.16
Pantalones	914.48	973.93	1,024.62	1,098.09	1,145.54
Abrigos	633.10	695.66	751.39	823.56	876.00
TOTAL	3,868.95	4243.53	4576.66	4941.39	5188.62

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 34

INGRESO POR VENTAS

SIN FINANCIAMIENTO

Ingresos por Ventas					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	7,737.91	9,182.72	10,656.10	11,529.90	13,140.02
Blusas	17,726.84	19,895.90	21,995.27	23,677.48	25,875.73
Faldas	18,993.05	23,374.21	27,733.17	29,854.22	32,344.67
Pantalones	30,177.84	33,113.46	35,861.86	38,433.01	41,239.45
Abrigos	35,453.69	39,652.67	43,580.70	47,766.75	51,684.08
TOTAL	110,089.32	125,218.97	139,827.10	151,261.37	164,283.95

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

Para determinar el punto de equilibrio tomaremos el primer año para representar el grafico y explicarlo.

Función:

$$PVU = CF + CV$$

TABLA 22

CÁLCULO PUNTO EQUILIBRIO SIN FINANCIAMIENTO

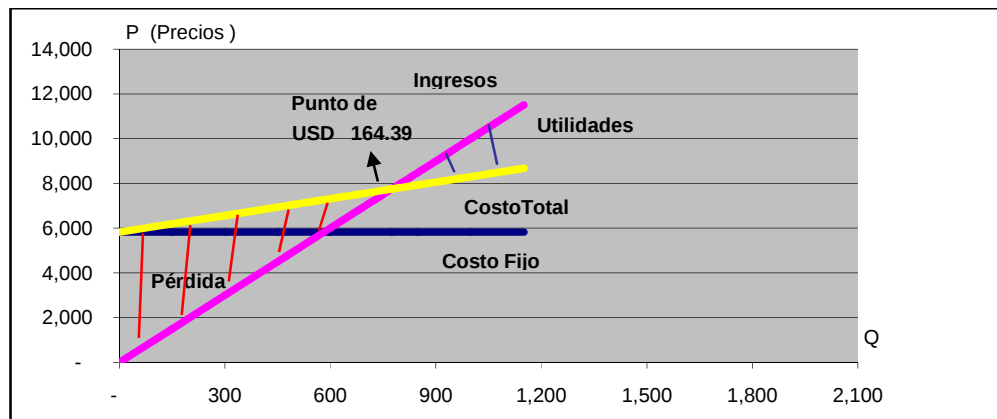
Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Equilibrio
0	-	82,754	0	82,754	-82,753.51
500	36,750.00	82,754	18,250.47	101,004	-64,253.98
1000	73,500.00	82,754	36,500.94	119,254	-45,754.46
1500	110,250.00	82,754	54,751.41	137,505	-27,254.93
2237	164,392.92	82,754	81,639.41	164,393	-
3000	220,500.00	82,754	109,502.83	192,256	28,243.66
3500	257,250.00	82,754	127,753.30	210,507	46,743.19
4000	294,000.00	82,754	146,003.77	228,757	65,242.72
	-	82,754	-	82,754	-82,753.51
	0	82,754	0	82,754	-82,753.51

Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	26,650	-	-
500	82,754	36,750	101,004
1,000	82,754	73,500	119,254
1,500	82,754	110,250	137,505
2,237	82,754	164,393	164,393
3,000	82,754	220,500	192,256
3,500	82,754	257,250	210,507
4,000	82,754	294,000	228,757

GRÁFICO # 32

PUNTO DE EQUILIBRIO

SIN FINANCIAMIENTO



Elaborado por: autora

Fuente: Cálculo punto de equilibrio

Análisis:

- De acuerdo a los cálculos realizados nuestro punto de equilibrio se da cuando el precio se encuentra en \$164.39 y la cantidad de prendas óptimas para la venta anual son 2237.
- Los costos Fijos se prolonga casi como una línea recta, lo que nos indica que no varía en función de las unidades de las prendas producidas.
- Los costos Totales comprende la suma del Costo Fijo mas el Costo Variable y se prolonga como una diagonal partiendo del Costo Fijo y se encuentra en función de las unidades de las prendas producidas.

- La Zona de Perdida es lo que se encuentra bajo el punto de equilibrio.
- La Zona de Utilidades se encuentra por arriba del punto de equilibrio.
- El punto de equilibrio es el punto donde se iguala los Costos Totales con el Ingreso por Ventas.

CUADRO # 35

PUNTO DE EQUILIBRIO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN CON FINANCIAMIENTO

MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00
COSTOS VARIABLES	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26
MARGEN DE CONTRIBUCION	0.75	0.76	0.76	0.76	0.76
COSTOS FIJOS	\$ 83,835.61	\$ 96,373.41	\$ 107,031.01	\$ 115,449.93	\$ 125,331.59
PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS	\$ 111,528.87	\$ 126,112.60	\$ 140,058.95	\$ 151,075.81	\$ 164,006.79

Elaborado por: La autora

Fuente: Cálculo punto de equilibrio producción

CUADRO # 36

COMPROBACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO CON FINANCIAMIENTO

MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 111,528.87	\$ 126,112.60	\$ 140,058.95	\$ 151,075.81	\$ 164,006.79
MARGEN DEL COSTO VARIABLE	0.25	0.24	0.24	0.24	0.24
COSTOS VARIABLES	\$ 27,693.26	\$ 29,739.19	\$ 33,027.94	\$ 35,625.88	\$ 38,675.19
COSTOS FIJOS	\$ 83,835.61	\$ 96,373.41	\$ 107,031.01	\$ 115,449.93	\$ 125,331.59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: La autora

Fuente: Cálculo punto de equilibrio producción

CUADRO # 37

COSTOS VARIABLES

CON FINANCIAMIENTO

<u>COSTOS VARIABLES</u>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2,731.36	3,112.75	3,678.71	4,120.15	4,782.32
Blusas	6,257.30	6,744.30	7,593.23	8,461.03	9,417.49
Faldas	6,704.25	7,923.37	9,574.07	10,668.25	11,771.86
Pantalones	10,652.32	11,224.77	12,380.27	13,733.84	15,009.13
Abrigos	12,514.61	13,441.43	15,044.97	17,069.20	18,810.46
TOTAL	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26

<u>COSTOS VARIABLES</u>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2.48	2.59	2.83	2.83	3.07
Blusas	5.21	5.19	5.42	5.42	5.66
Faldas	6.70	6.60	6.84	6.84	7.07
Pantalones	8.19	8.02	8.25	8.25	8.49
Abrigos	13.91	13.44	13.68	13.68	13.91
TOTAL	36.50	35.84	37.02	37.02	38.20

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 38

COSTOS FIJOS

CON FINANCIAMIENTO

<u>COSTOS FIJOS</u>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	5,892.60	7,067.38	8,156.74	8,800.18	10,024.47
Blusas	13,499.41	15,312.66	16,836.34	18,071.79	19,740.50
Faldas	14,463.65	17,989.70	21,228.43	22,786.17	24,675.62
Pantalones	22,981.14	25,485.41	27,450.55	29,333.92	31,461.42
Abrigos	26,998.82	30,518.25	33,358.96	36,457.87	39,429.59
TOTAL	\$ 83,835.61	\$ 96,373.41	\$ 107,031.01	\$ 115,449.93	\$ 125,331.59

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 39

PUNTO DE EQUILIBRIO DE VOLUMEN

CON FINANCIAMIENTO

Punto Equilibrio Volumen					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	783.91	840.75	889.48	959.65	1,009.07
Blusas	855.17	910.81	957.90	1,028.19	1,076.34
Faldas	712.64	840.75	957.90	1,028.19	1,076.34
Pantalones	926.44	980.88	1,026.32	1,096.74	1,143.61
Abrigos	641.38	700.63	752.64	822.55	874.52
TOTAL	3,919.54	4273.82	4584.25	4935.33	5179.87

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

CUADRO # 40

INGRESO POR VENTAS

CON FINANCIAMIENTO

Ingresos por Ventas					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	7,839.09	9,248.26	10,673.76	11,515.76	13,117.85
Blusas	17,958.64	20,037.89	22,031.75	23,648.44	25,832.08
Faldas	19,241.40	23,541.02	27,779.16	29,817.59	32,290.10
Pantalones	30,572.45	33,349.78	35,921.32	38,385.87	41,169.87
Abrigos	35,917.29	39,935.66	43,652.96	47,708.15	51,596.88
TOTAL	111,528.87	126,112.60	140,058.95	151,075.80	164,006.78

Elaborado por: La autora

Fuente: Ingresos y Costos del producto

TABLA 23

CÁLCULO PUNTO EQUILIBRIO CON FINANCIAMIENTO

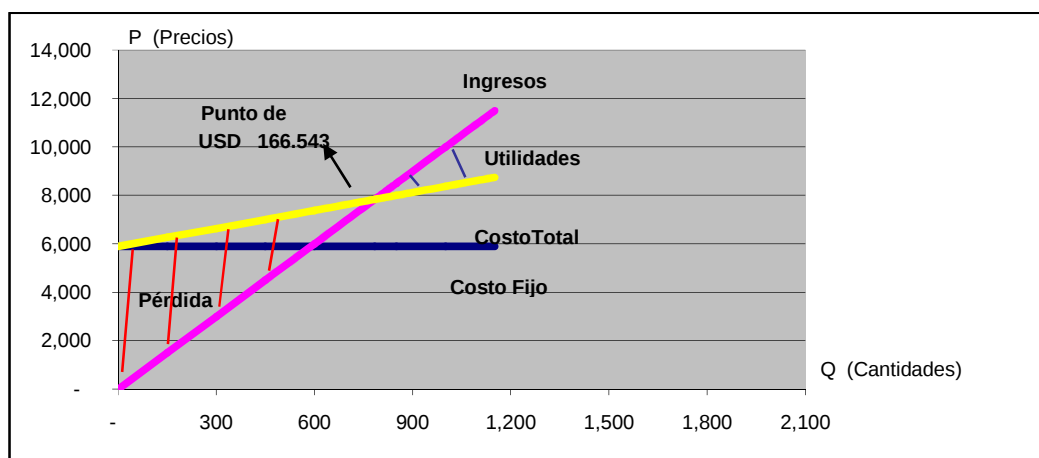
Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Equilibrio
0	-	83,836	0	83,836	-83,835.61
500	36,750.00	83,836	18,250.47	102,086	-65,336.08
1000	73,500.00	83,836	36,500.94	120,337	-46,836.56
1500	110,250.00	83,836	54,751.41	138,587	-28,337.03
2000	147,000.00	83,836	73,001.88	156,837	-9,837.50
2266	166,542.56	83,836	82,706.94	166,543	-
3000	220,500.00	83,836	109,502.83	193,338	27,161.56
3500	257,250.00	83,836	127,753.30	211,589	45,661.09
4000	294,000.00	83,836	146,003.77	229,839	64,160.62
	0	83,836	0	83,836	-83,835.61
	0	83,836	0	83,836	-83,835.61

Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	83,836	-	83,836
500	83,836	36,750	102,086
1,000	83,836	73,500	120,337
1,500	83,836	110,250	138,587
2,000	83,836	147,000	156,837
2,266	83,836	166,543	166,543
3,000	83,836	220,500	193,338
3,500	83,836	257,250	211,589
4,000	83,836	294,000	229,839

GRÁFICO # 33

PUNTO DE EQUILIBRIO

CON FINANCIAMIENTO



Elaborado por: La autora

Fuente: Cálculo punto de equilibrio

Análisis:

- Respecto a los cálculos realizados nuestro punto de equilibrio se da cuando el precio se encuentra en \$166.54 y la cantidad de prendas óptimas para la venta anual son 2266.
- Los costos Fijos se prolonga casi como una línea recta, lo que nos indica que no varía en función de las unidades de las prendas producidas.
- Los costos Totales comprende la suma del Costo Fijo mas el Costo Variable y se prolonga como una diagonal partiendo del Costo Fijo y se encuentra en función de las unidades de las prendas producidas.
- Vemos que el precio optimo es un poco más bajo que el precio con financiamiento.

5.1.11 Financiamiento

Cuando hablamos de financiamiento podemos enunciar el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios, las fuentes de financiar un proyecto se dan a través de:

- Fondos Propios:** Los accionistas aportaran libremente y solidariamente de conformidad a lo dispuesto en el contenido en el Art. 103 de la Ley de Compañías, en bienes o valores monetarios por sus aportaciones no menos de \$400,00. La forma más común para financiar la creación de un nuevo negocio es usando capital propio, es decir, haciendo uso del dinero que podamos obtener de fuentes personales como: tarjetas de crédito, vendiendo activos personales, ahorros personales, etc.
- Crédito Comercial:** Es aquél que extiende una organización a otra empresa de negocios. Puede ocurrir en forma explícita por medio de la emisión de una letra de cambio, o es posible que surja de retrasos en los recibos y pagos por servicios realizados. Puede tener una influencia importante sobre la política económica, porque como un todo es una

fuente importante de recursos de financiamiento, comparable por ejemplo con los créditos bancarios; aunque a diferencia de éstos, los créditos comerciales no entran bajo el control directo de las autoridades. Entrega de bienes o servicios a una persona o empresa, cuyo pago se realiza con posterioridad en un plazo previamente convenido. El crédito comercial sirve para facilitar y adecuar la producción a la circulación de mercancías.

c) Préstamo Bancario: este financiamiento se divide en dos tipos de instituciones:

- **Instituciones financieras privadas:** como son bancos, sociedades financieras, mutualistas de ahorro y crédito, cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.
- **Instituciones financieras públicas:** puede ser Bancos del Estado, Corporaciones Nacionales (CFN); estas instituciones se rigen por los lineamientos del Estado, pero todas están sometidas a la Legislación financiera y el control de la Superintendencia de Seguros.

Para solicitar un préstamo bancario inicialmente se realizó un análisis de costo-beneficio en cuanto al valor total a pagar en una institución financiera de primer piso (Banco Comercial) o de segundo piso (Cooperativas y Mutualista).

La financiación para la boutique se hará a través del Banco del Pichincha por el monto de \$15 000 quince mil dólares, ya que nos dan facilidades para la micro empresa con una tasa de interés del 8,37% anual.

FINANCIAMIENTO BANCO DEL PICHINCHA

Monto		
Crédito	15,000.00	
Tasa Efectiva	8.37%	anual
Tasa Interés	0.70%	mensual
Plazo	3	años
Periodos	12	meses
Cuotas	36	meses

Fórmulas a utilizar:

$$A = P \left(\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right) \quad A = 15,000 \left(\frac{0.0099(1+0.0099)^{36}}{(1+0.0099)^{36} - 1} \right)$$

CUADRO # 41

FINANCIAMIENTO

Periodo Mes	Cuotas USD \$	Interés Sobre Saldo	Capital USD \$	Saldo USD \$
0				\$ 15,000.00
1	\$ 472.61	\$ 104.63	\$ 367.99	\$ 14,632.01
2	\$ 472.61	\$ 102.06	\$ 370.55	\$ 14,261.46
3	\$ 472.61	\$ 99.47	\$ 373.14	\$ 13,888.33
4	\$ 472.61	\$ 96.87	\$ 375.74	\$ 13,512.59
5	\$ 472.61	\$ 94.25	\$ 378.36	\$ 13,134.23
6	\$ 472.61	\$ 91.61	\$ 381.00	\$ 12,753.23
7	\$ 472.61	\$ 88.95	\$ 383.66	\$ 12,369.57
8	\$ 472.61	\$ 86.28	\$ 386.33	\$ 11,983.24
9	\$ 472.61	\$ 83.58	\$ 389.03	\$ 11,594.21
10	\$ 472.61	\$ 80.87	\$ 391.74	\$ 11,202.47
11	\$ 472.61	\$ 78.14	\$ 394.47	\$ 10,808.00
12	\$ 472.61	\$ 75.39	\$ 397.22	\$ 10,410.78
13	\$ 472.61	\$ 72.62	\$ 399.99	\$ 10,010.78
14	\$ 472.61	\$ 69.83	\$ 402.78	\$ 9,608.00
15	\$ 472.61	\$ 67.02	\$ 405.59	\$ 9,202.40
16	\$ 472.61	\$ 64.19	\$ 408.42	\$ 8,793.98
17	\$ 472.61	\$ 61.34	\$ 411.27	\$ 8,382.71
18	\$ 472.61	\$ 58.47	\$ 414.14	\$ 7,968.57
19	\$ 472.61	\$ 55.58	\$ 417.03	\$ 7,551.54
20	\$ 472.61	\$ 52.67	\$ 419.94	\$ 7,131.60
21	\$ 472.61	\$ 49.74	\$ 422.87	\$ 6,708.73
22	\$ 472.61	\$ 46.79	\$ 425.82	\$ 6,282.92
23	\$ 472.61	\$ 43.82	\$ 428.79	\$ 5,854.13
24	\$ 472.61	\$ 40.83	\$ 431.78	\$ 5,422.35
25	\$ 472.61	\$ 37.82	\$ 434.79	\$ 4,987.56
26	\$ 472.61	\$ 34.79	\$ 437.82	\$ 4,549.74
27	\$ 472.61	\$ 31.73	\$ 440.88	\$ 4,108.87
28	\$ 472.61	\$ 28.66	\$ 443.95	\$ 3,664.91
29	\$ 472.61	\$ 25.56	\$ 447.05	\$ 3,217.87
30	\$ 472.61	\$ 22.44	\$ 450.17	\$ 2,767.70
31	\$ 472.61	\$ 19.30	\$ 453.31	\$ 2,314.40
32	\$ 472.61	\$ 16.14	\$ 456.47	\$ 1,857.93
33	\$ 472.61	\$ 12.96	\$ 459.65	\$ 1,398.28
34	\$ 472.61	\$ 9.75	\$ 462.86	\$ 935.42
35	\$ 472.61	\$ 6.52	\$ 466.09	\$ 469.34
36	\$ 472.61	\$ 3.27	\$ 469.34	\$ 0.00
	\$ 17,013.96	\$ 2,013.96	\$ 15,000.00	

Elaborado por: La autora

Fuente: Banco del Pichincha, Tasa de Interés Prestamos Septiembre 2011

5.2 Evaluación financiera

Los estados financieros son documentos de resultados, que proporcionan información para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que pueda contener es importante. Entre los estados financieros tenemos:

5.2.1 ESTADO DE RESULTADOS

Este estado financiero nos permite determinar si la empresa en un periodo determinado ha obtenido utilidades o pérdidas en Unidades Monetarias (UM).

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades del Sector Paraestatal en un periodo determinado.

Según las NIF10

El estado de resultados es emitido por las entidades lucrativas, y está integrado básicamente por los siguientes elementos:

- a) ingresos, costos y gastos, excepto aquéllos que por disposición expresa de alguna norma particular, forman parte de las otras partidas integrales, según se definen en esta NIF; y
- b) utilidad o pérdida neta.

Modelo según las NIC

- A.** Partidas que requieren de presentación por separado en el cuerpo principal de la Cuenta de Resultados.
 - 1. Ingresos ordinarios
 - 2. Gastos Financieros
 - 3. Participación en las pérdidas y ganancias de las empresas
 - 4. Gasto por el impuesto sobre las ganancias
 - 5. Pérdidas o ganancias por actividades ordinarias
 - 6. Resultado del Ejercicio
- B.** Se deben presentar, asimismo, líneas adicionales cuando sea exigida por algún a NIC, o con ello se presente más fielmente la posición financiera de la empresa.
- C.** No se presentaran partidas calificadas como ingresos o gastos extraordinarios.
- D.** Las partidas de ingresos o gastos materiales o que tengan importancia relativa se harán figurar por separado.

CUADRO # 42

ESTADO DE RESULTADOS

SIN FINANCIAMIENTO

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
<u>INGRESOS OPERACIONALES</u>					
VENTAS	\$ 156.500,00	\$ 180.000,00	\$ 204.700,00	\$ 229.216,00	\$ 253.552,00
TOTAL INGRESOS	\$ 156.500,00	\$ 180.000,00	\$ 204.700,00	\$ 229.216,00	\$ 253.552,00
COSTOS Y GASTOS					
<u>COSTOS</u>					
Materia Prima MP	\$ 3.340,00	\$ 4.676,00	\$ 6.546,40	\$ 9.164,96	\$ 12.830,94
Sueldos Y Beneficios MOD	\$ 48.572,50	\$ 60.724,60	\$ 68.025,70	\$ 75.326,80	\$ 82.627,90
Costos Indirectos de Servicio CIF	\$ 6.061,00	\$ 6.823,70	\$ 7.910,29	\$ 9.547,49	\$ 12.120,74
TOTAL COSTOS	\$ 57.973,50	\$ 72.224,30	\$ 82.482,39	\$ 94.039,25	\$ 107.579,58
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 98.526,50	\$ 107.775,70	\$ 122.217,61	\$ 135.176,75	\$ 145.972,42
	63%	60%	60%	59%	58%
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>					
Gastos del Personal	\$ 63.230,50	\$ 75.905,50	\$ 83.929,50	\$ 91.953,50	\$ 99.977,50
Gastos de Gestion Administrativa	\$ 14.424,00	\$ 16.476,00	\$ 19.400,00	\$ 21.104,00	\$ 22.772,00
<u>GASTOS NO OPERACIONALES</u>					
G.Depreciación Activos Fijos	\$ 2.220,76	\$ 2.220,76	\$ 2.220,76	\$ 992,43	\$ 992,43
Cuentas Incobrables	\$ 78,25	\$ 168,25	\$ 353,57	\$ 561,80	\$ 791,47
Otros Gastos	\$ 2.800,00	\$ 920,00	\$ 950,00	\$ 980,00	\$ 1.010,00
TOTAL GASTOS	\$ 82.753,51	\$ 95.690,51	\$ 106.853,83	\$ 115.591,73	\$ 125.543,40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.772,99	\$ 12.085,19	\$ 15.363,78	\$ 19.585,02	\$ 20.429,02
(-) 15 % Participación Trabajadores	\$ 2.365,95	\$ 1.812,78	\$ 2.304,57	\$ 2.937,75	\$ 3.064,35
Utilidad Gravable	\$ 13.407,04	\$ 10.272,41	\$ 13.059,21	\$ 16.647,26	\$ 17.364,67
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ 3.351,76	\$ 2.568,10	\$ 3.264,80	\$ 4.161,82	\$ 4.341,17
UTILIDAD PARA DISTRIBUCION	\$ 10.055,28	\$ 7.704,31	\$ 9.794,41	\$ 12.485,45	\$ 13.023,50
Reservas 5%	\$ 502,76	\$ 385,22	\$ 489,72	\$ 624,27	\$ 651,18
UTILIDAD NETA	\$ 9.552,52	\$ 7.319,09	\$ 9.304,69	\$ 11.861,18	\$ 12.372,33

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

CUADRO # 43

ESTADO DE RESULTADOS

CON FINANCIAMIENTO

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
<u>INGRESOS OPERACIONALES</u>					
VENTAS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00
TOTAL INGRESOS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00
COSTOS Y GASTOS					
<u>COSTOS</u>					
Materia Prima	\$ 3,340.00	\$ 4,676.00	\$ 6,546.40	\$ 9,164.96	\$ 12,830.94
Sueldos Y Beneficios MOD	\$ 48,572.50	\$ 60,724.60	\$ 68,025.70	\$ 75,326.80	\$ 82,627.90
Costos Indirectos de Servicio CIF	\$ 6,061.00	\$ 6,691.50	\$ 7,487.25	\$ 8,530.88	\$ 9,946.31
TOTAL COSTOS	\$ 57,973.50	\$ 72,092.10	\$ 82,059.35	\$ 93,022.64	\$ 105,405.16
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 98,526.50	\$ 107,907.90	\$ 122,640.65	\$ 136,193.37	\$ 148,146.84
	63%	60%	60%	59%	58%
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>					
Gastos del Personal	\$ 79,151.93	\$ 93,878.93	\$ 104,826.93	\$ 113,326.60	\$ 123,018.60
Gastos de Gestion Administrativa	\$ 63,230.50	\$ 75,905.50	\$ 83,929.50	\$ 91,953.50	\$ 99,977.50
G.Depreciación	\$ 14,424.00	\$ 16,476.00	\$ 19,400.00	\$ 21,104.00	\$ 22,772.00
	\$ 1,497.43	\$ 1,497.43	\$ 1,497.43	\$ 269.10	\$ 269.10
<u>GASTOS NO OPERACIONALES</u>	\$4,683.68	\$2,494.48	\$2,204.08	\$2,123.33	\$2,312.99
G.Depreciación	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33
Cuentas Incobrables	\$ 78.25	\$ 168.25	\$ 281.78	\$ 420.00	\$ 579.66
Intereses Prestamo Bancario	\$ 1,082.10	\$ 682.90	\$ 248.97	\$ -	\$ -
Otros Gastos	\$ 2,800.00	\$ 920.00	\$ 950.00	\$ 980.00	\$ 1,010.00
TOTAL GASTOS	\$ 83,835.61	\$ 96,373.41	\$ 107,031.01	\$ 115,449.93	\$ 125,331.59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 14,690.89	\$ 11,534.49	\$ 15,609.64	\$ 20,743.44	\$ 22,815.25
(-) 15 % Participación Trabajadores	\$ 2,203.63	\$ 1,730.17	\$ 2,341.45	\$ 3,111.52	\$ 3,422.29
Utilidad Gravable	\$ 12,487.25	\$ 9,804.31	\$ 13,268.20	\$ 17,631.92	\$ 19,392.96
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ 3,121.81	\$ 2,451.08	\$ 3,317.05	\$ 4,407.98	\$ 4,848.24
UTILIDAD PARA DISTRIBUCION	\$ 9,365.44	\$ 7,353.24	\$ 9,951.15	\$ 13,223.94	\$ 14,544.72
Reservas 5%	\$ 468.27	\$ 367.66	\$ 497.56	\$ 661.20	\$ 727.24
UTILIDAD NETA	\$ 8,897.17	\$ 6,985.57	\$ 9,453.59	\$ 12,562.75	\$ 13,817.49

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

Análisis:

A pesar de la similitud en el formato de los dos Estados de Resultados, la diferencia en la utilidad neta se centra principalmente que él en Estado con Financiamiento,

tiene una utilidad menor que el Estado sin Financiamiento, debido a que en el primer estado se presentan los intereses que se pagan por el préstamo y en el segundo no, además para la elaboración del mismo se abstrae datos del Estado de Situación o Balance General, el cual también tiene variación por el pago de los intereses del préstamo.

5.2.2 BALANCE GENERAL

Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. Consta de tres partes, activo, pasivo y patrimonio. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, el pasivo detalla su origen financiero y mientras que el patrimonio muestra el capital de la empresa. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del estado patrimonial de la empresa.

Es el estado básico demostrativo de la situación financiera de una empresa, a una fecha determinada, preparado de acuerdo con los principios básicos de contabilidad gubernamental que incluye el activo, el pasivo y el capital contable.

Ayuda a evaluar el nivel de endeudamiento y solvencia que tiene el negocio.²⁰

Según las NIF10

El balance general es emitido tanto por las entidades lucrativas como por las entidades con propósitos no lucrativos y se conforma básicamente por los siguientes elementos: activos, pasivos y capital contable o patrimonio contable; éste último, cuando se trata de entidades con propósitos no lucrativos.

²⁰ ORTIZ ANAYA, Héctor 1997 Flujo de Caja y Proyecciones Financieras, Bogotá, Colombia.

Modelo según las NIC

- A.** Las empresas podrán optar por dos posibles criterios de agrupación de las partidas del balance:
1. Distinguiendo entre partidas de activo y pasivo corriente y no corriente.
 2. Agrupándolas en función del grado de liquidez de dichas partidas (excepcional).
- B.** Partidas que requieren de presentación por separado en el cuerpo principal del Balance:
1. Inmovilizando material
 2. Inversiones inmobiliarias
 3. Activos intangibles
 4. Activos financieros
 5. Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación.
 6. Activos biológicos
 7. Existencias
 8. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar
 9. Efectivo y otros medios líquidos
 10. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar
 11. Provisiones
 12. Pasivos netamente financieros
 13. Activos y pasivos por impuestos corrientes (NIC 12) (sin clasificar como corriente – no corriente)
 14. Activos y pasivos por impuestos diferidos (NIC 12)
 15. Intereses minoritarios
 16. Capital emitido y reservas
- C.** Se deben presentar, asimismo, líneas adicionales cuando sea exigida por alguna NIC, o con ello se presente más fielmente la posición financiera de la empresa.

CUADRO # 44

BALANCE GENERAL

SIN FINANCIAMIENTO

BALANCE GENERAL							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ACTIVOS							
<u>CORRIENTES</u>	\$ 10,860.00	\$ 31,046.15	\$ 33,094.95	\$ 41,296.89	\$ 51,416.03	\$ 59,053.01	
Caja	\$ 800.00	\$ 3,265.89	\$ 1,949.62	\$ 1,000.00	\$ 500.00	\$ 500.00	
Bancos	\$ 10,060.00	\$ 12,565.89	\$ 12,200.70	\$ 9,330.84	\$ 9,759.63	\$ 8,236.43	
Cuentas por Cobrar		\$ 7,825.00	\$ 9,000.00	\$ 18,532.00	\$ 20,823.00	\$ 22,966.80	
(-) Prov Ctas Incobrables		\$ -78.25	\$ -168.25	\$ -353.57	\$ -561.80	\$ -791.47	
Cuentas por Cobrar Relacionados		\$ 6,372.12	\$ 8,852.88	\$ 11,354.72	\$ 19,290.69	\$ 26,366.38	
Credito Tributario IR		\$ 1,095.50	\$ 1,260.00	\$ 1,432.90	\$ 1,604.51	\$ 1,774.86	
<u>NO CORRIENTES</u>	\$ 16,527.00	\$ 16,527.00	\$ 14,306.24	\$ 12,085.47	\$ 11,093.04	\$ 10,100.61	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 16,527.00	\$ 16,527.00	\$ 14,306.24	\$ 12,085.47	\$ 11,093.04	\$ 10,100.61	
Equipo de Computación	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	
Muebles de Oficina	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	
Maquinaria	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	
(-) Depreciación		\$ -	\$ -2,220.76	\$ -4,441.53	\$ -5,433.96	\$ -6,426.39	
TOTAL ACTIVOS	\$ 27,387.00	\$ 47,573.15	\$ 47,401.19	\$ 53,382.36	\$ 62,509.08	\$ 69,153.62	
PASIVOS							
<u>CORRIENTES</u>	\$ 1,957.00	\$ 21,640.39	\$ 21,083.21	\$ 26,574.66	\$ 35,077.10	\$ 41,070.47	
Cuentas por Pagar	\$ 1,957.00	\$ 920.22	\$ 1,067.60	\$ 1,003.83	\$ 2,250.61	\$ 3,059.04	
Obligaciones Tributarias		\$ 3,351.76	\$ 2,568.10	\$ 3,264.80	\$ 4,161.82	\$ 4,341.17	
Obligaciones Empleados		\$ 2,365.95	\$ 1,812.78	\$ 2,304.57	\$ 2,937.75	\$ 3,064.35	
Dividendos x Pagar		\$ 15,002.46	\$ 15,634.73	\$ 20,001.46	\$ 25,726.92	\$ 30,605.91	
PATRIMONIO	\$ 25,430.00	\$ 25,932.76	\$ 26,317.98	\$ 26,807.70	\$ 27,431.97	\$ 28,083.15	
<u>CAPITAL</u>	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	
Capital Social	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	\$ 25,430.00	
<u>RESERVAS</u>	\$ -	\$ 502.76	\$ 887.98	\$ 1,377.70	\$ 2,001.97	\$ 2,653.15	
Reservas	\$ -	\$ 502.76	\$ 887.98	\$ 1,377.70	\$ 2,001.97	\$ 2,653.15	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 27,387.00	\$ 47,573.15	\$ 47,401.19	\$ 53,382.36	\$ 62,509.07	\$ 69,153.62	

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

CUADRO # 45

BALANCE GENERAL

CON FINANCIAMIENTO

BALANCE GENERAL						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
<u>CORRIENTES</u>	\$ 10,860.00	\$ 33,266.92	\$ 31,267.85	\$ 35,587.05	\$ 41,227.18	\$ 49,445.80
Caja	\$ 1,800.00	\$ 5,265.89	\$ 1,800.00	\$ 1,000.00	\$ 839.82	\$ 920.18
Bancos	\$ 9,060.00	\$ 12,786.66	\$ 10,523.22	\$ 10,728.70	\$ 12,090.15	\$ 12,997.24
Cuentas por Cobrar		\$ 7,825.00	\$ 9,000.00	\$ 11,352.50	\$ 13,822.00	\$ 15,966.80
(-) Prov Ctas Incobrables		\$ -78.25	\$ -168.25	\$ -281.78	\$ -420.00	\$ -579.66
Cuentas por Cobrar Relacionados		\$ 6,372.12	\$ 8,852.88	\$ 11,354.72	\$ 13,290.69	\$ 18,366.38
Credito Tributario IR		\$ 1,095.50	\$ 1,260.00	\$ 1,432.90	\$ 1,604.51	\$ 1,774.86
<u>NO CORRIENTES</u>	\$ 16,527.00	\$ 14,306.24	\$ 12,085.47	\$ 9,864.71	\$ 8,872.28	\$ 7,879.85
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 16,527.00	\$ 14,306.24	\$ 12,085.47	\$ 9,864.71	\$ 8,872.28	\$ 7,879.85
Equipo de Computación	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00
Muebles y Enseres	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00
Maquinaria	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00	\$ 8,037.00
(-) Depreciación		\$ -2,220.76	\$ -4,441.53	\$ -6,662.29	\$ -7,654.72	\$ -8,647.15
TOTAL ACTIVOS	\$ 27,387.00	\$ 47,573.16	\$ 43,353.32	\$ 45,451.76	\$ 50,099.46	\$ 57,325.65
PASIVOS	\$ 16,507.00	\$ 36,224.89	\$ 31,637.39	\$ 33,238.27	\$ 37,224.77	\$ 43,723.73
<u>CORRIENTES</u>	\$ 1,507.00	\$ 25,814.11	\$ 26,215.04	\$ 33,238.27	\$ 37,224.77	\$ 43,723.73
Cuentas por Pagar	\$ 1,507.00	\$ 1,552.32	\$ 1,824.21	\$ 2,306.74	\$ 4,002.58	\$ 4,901.79
Obligaciones Tributarias		\$ 3,121.81	\$ 2,451.08	\$ 3,317.05	\$ 4,407.98	\$ 4,848.24
Obligaciones Empleados		\$ 2,203.63	\$ 1,730.17	\$ 2,341.45	\$ 3,111.52	\$ 3,422.29
Obligaciones Bancarias		\$ 4,589.22	\$ 4,988.42	\$ 5,422.35	\$ -	\$ -
Dividendos x Pagar		\$ 14,347.12	\$ 15,221.15	\$ 19,850.68	\$ 25,702.69	\$ 30,551.41
<u>NO CORRIENTE</u>	\$ 15,000.00	\$ 10,410.78	\$ 5,422.35	\$ -	\$ -	\$ -
Obligaciones Bancarias	\$ 15,000.00	\$ 10,410.78	\$ 5,422.35	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO	\$ 10,880.00	\$ 11,348.27	\$ 11,715.93	\$ 12,213.49	\$ 12,874.69	\$ 13,601.92
<u>CAPITAL</u>	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00
Capital Social	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00	\$ 10,880.00
<u>RESERVAS</u>	\$ -	\$ 468.27	\$ 835.93	\$ 1,333.49	\$ 1,994.69	\$ 2,721.92
Reservas	\$ -	\$ 468.27	\$ 835.93	\$ 1,333.49	\$ 1,994.69	\$ 2,721.92

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

5.2.3 FLUJO DE FONDOS

El flujo neto de caja es un estado financiero en el cual se registran los ingresos y egresos generados en un periodo determinado, es decir que el flujo neto de caja es el saldo entre los ingresos y egresos de un periodo determinado.²¹

NIC 7: La información acerca de los flujos de efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la empresa tiene para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición.

Existen dos métodos para exponer este estado:

- El directo expone las principales clases de entrada y salida bruta en efectivo y sus equivalentes, que aumentaron o disminuyeron a estos.
- El método indirecto parte del resultado del ejercicio y a través de ciertos procedimientos se convierte el resultado devengado en resultado percibido.

El resultado que se obtiene puede ser positivo o negativo. La importancia de este estado es que nos muestra si la empresa genera o consume fondos en su actividad productiva. Además permite ver si la empresa realiza inversiones en activos de largo plazo como bienes de uso o inversiones permanentes en otras sociedades.

Para el estudio de nuestra boutique hemos escogido el método directo, ya que estamos presentando la entrada y salida real de efectivo.

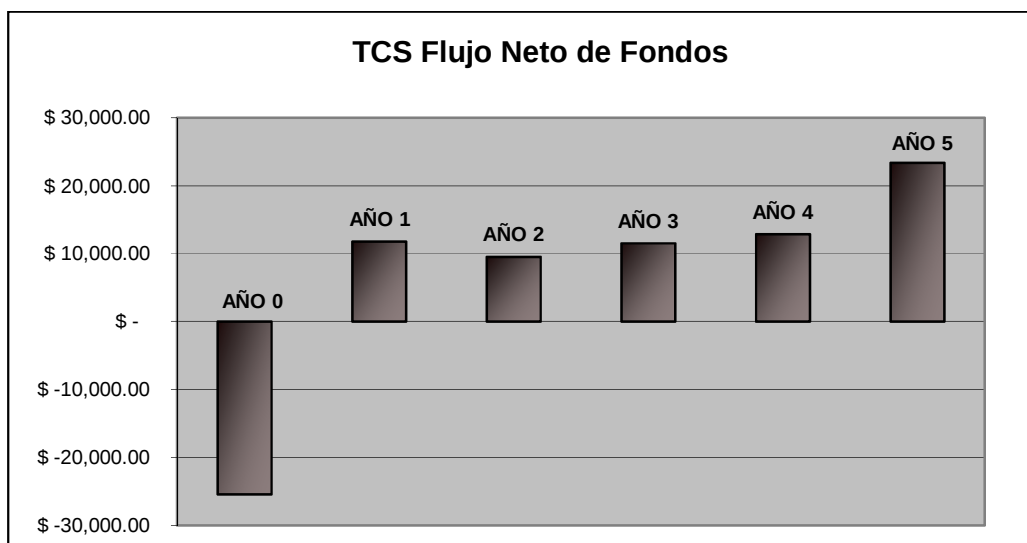
²¹<http://webdelprofesor.ula.ve/economia/gsfra/Asignaturas/FormulacionyEvalProyectos/ESTADOSFINANCIEROSPROYECTADOS.pdf>

CUADRO # 46

FLUJO DE FONDOS

SIN FINANCIAMIENTO

FLUJO NETO DE FONDOS						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00	
TOTAL INGRESOS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00	
(-) COSTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 140,727.01	\$ 167,914.81	\$ 189,336.22	\$ 209,630.98	\$ 233,122.98	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 140,727.01	\$ 167,914.81	\$ 189,336.22	\$ 209,630.98	\$ 233,122.98	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15,772.99	\$ 12,085.19	\$ 15,363.78	\$ 19,585.02	\$ 20,429.02	
(-) 15 % Participación Trabajadores	\$ 2,365.95	\$ 1,812.78	\$ 2,304.57	\$ 2,937.75	\$ 3,064.35	
Utilidad Gravable	\$ 13,407.04	\$ 10,272.41	\$ 13,059.21	\$ 16,647.26	\$ 17,364.67	
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ 3,351.76	\$ 2,568.10	\$ 3,264.80	\$ 4,161.82	\$ 4,341.17	
(-) Reservas 5%	\$ 502.76	\$ 385.22	\$ 489.72	\$ 624.27	\$ 651.18	
= UTILIDAD NETA	\$ 9,552.52	\$ 7,319.09	\$ 9,304.69	\$ 11,861.18	\$ 12,372.33	
(+) Depreciación	\$ 2,220.76	\$ 2,220.76	\$ 2,220.76	\$ 992.43	\$ 992.43	
(-) Inversión Inicial	\$ -25,430.00					
(+) Valor residual de Activos Fijos					\$ 2,917.70	
(+) Capital de Trabajo					\$ 7,103.00	
FLUJO NETO	\$ -25,430.00	\$ 11,773.28	\$ 9,539.85	\$ 11,525.45	\$ 12,853.61	\$ 23,385.46



Elaborado por: La autora

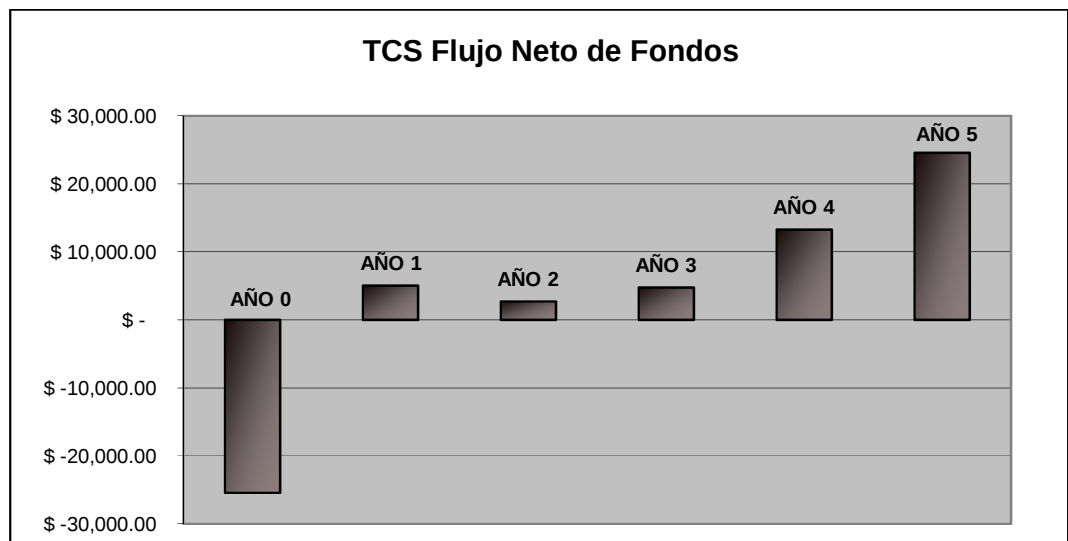
Fuente: Investigación propia

CUADRO # 47

FLUJO DE FONDOS

CON FINANCIAMIENTO

FLUJO NETO DE FONDOS						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00	
TOTAL INGRESOS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00	
(-) COSTOS	\$ 54,633.50	\$ 67,416.10	\$ 75,512.95	\$ 83,857.68	\$ 92,574.21	
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 77,654.50	\$ 92,381.50	\$ 103,329.50	\$ 113,057.50	\$ 122,749.50	
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 9,521.11	\$ 8,667.91	\$ 10,247.91	\$ 11,557.39	\$ 15,413.04	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 141,809.11	\$ 168,465.51	\$ 189,090.36	\$ 208,472.56	\$ 230,736.75	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 14,690.89	\$ 11,534.49	\$ 15,609.64	\$ 20,743.44	\$ 22,815.25	
(-) 15 % Participación Trabajadores	\$ 2,203.63	\$ 1,730.17	\$ 2,341.45	\$ 3,111.52	\$ 3,422.29	
Utilidad Gravable	\$ 12,487.25	\$ 9,804.31	\$ 13,268.20	\$ 17,631.92	\$ 19,392.96	
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ 3,121.81	\$ 2,451.08	\$ 3,317.05	\$ 4,407.98	\$ 4,848.24	
(-) Reservas 5%	\$ 468.27	\$ 367.66	\$ 497.56	\$ 661.20	\$ 727.24	
= UTILIDAD NETA	\$ 8,897.17	\$ 6,985.57	\$ 9,453.59	\$ 12,562.75	\$ 13,817.49	
(+) Depreciación	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33	\$ 723.33	
(-) Pago Capital Prestamo	\$ 4,589.22	\$ 4,988.42	\$ 5,422.35	\$ -	\$ -	
(-) Inversión Inicial	\$ -25,430.00					
(+) Valor residual de Activos Fijos					\$ 2,917.70	
(+) Capital de Trabajo					\$ 7,103.00	
FLUJO NETO	\$ -25,430.00	\$ 5,031.28	\$ 2,720.48	\$ 4,754.57	\$ 13,286.08	\$ 24,561.52



Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

Análisis:

Finalmente el estado muestra la cifra de fondos generados por nuestra actividad comercial, lo hicimos proyectado para cinco años en los cuales muestra del primero a segundo año una pérdida en ambos casos con financiamiento y sin financiamiento.

Esta pérdida se genera porque al igual que en el Estado de Resultados y el Balance General se suma en el primer año directamente a los gastos la inversión diferida, luego de esto los siguientes años hay un aumento de utilidades que nos ayuda a decir que nuestro negocio tiene un crecimiento.

5.2.4 Evaluación de Proyectos

La Evaluación de Proyectos es un instrumento que ayuda a medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto; para medir objetivamente las premisas y supuestos estas deben nacer de la realidad misma en la que el proyecto estará inserto y en el que deberá rendir sus beneficios.

La evaluación busca cuantificar el impacto efectivo, positivo o negativo de un proyecto, sirve para verificar la coincidencia de las labores ejecutadas con lo programado, su objeto consiste en “explicar” al identificar los aspectos del proyecto que fallaron o no, si estuvieron a la altura de las expectativas. Analiza las causas que crearon ésta situación, también indaga sobre los aspectos exitosos, con el fin de poder reproducirlos en proyectos futuros, ya sean de reposición o de complementos.²²

A partir de la determinación de los Flujos de Fondos del proyecto, determinaremos tres métodos de evaluación que nos permitirán comprobar la factibilidad de la inversión.

²²MOKATE, Karen Marie, "Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión", Primera Edición

5.2.4.1 Valor Presente Neto (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor del proyecto. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Presente Neto depende de las siguientes variables:

La inversión inicial previa, las inversiones durante la operación, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto.

Si $VAN > 0$, mostrara cuanto se gana con el proyecto. Si $VAN = 0$, la rentabilidad del proyecto es igual a la Tasa de Rendimiento (TMAR) que se quería lograr sobre el capital invertido, y si el $VAN < 0$, muestra el monto que falta para ganar la Tasa de Rendimiento que se esperaba por tanto no es conveniente realizar la inversión.

Antes de iniciar la evaluación resulta indispensable determinar la ganancia o premio que se desea obtener por invertir dinero en la realización del proyecto, la mejor manera de realizarlo es mediante el cálculo de la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), puesto que refleja las expectativas de rendimiento que se desea obtener.

El cálculo de **TMAR sin financiamiento** se considera cuando el inversionista decide aportar todo el capital sin solicitar financiamiento a alguna institución financiera o de crédito por lo que su fórmula es:

$$TMAR = i + f + if$$

Donde:

i : riesgo de inversión asumido

f : inflación

Con esto se estará cubriendo al dinero invertido de los efectos inflacionarios a su vez se estará estableciendo un rendimiento sobre la inversión.

Tasa de riesgo de inversión²³ 22%

Inflación²⁴ 4.9%

$$TMAR = 0.22 + 0.049 + (0.15)(0.049)$$

$$TMAR = 0.276$$

Para efectos de evaluar nuestro proyecto debemos considerar un elemento adicional que es el financiamiento puesto que para la ejecución hemos considerado realizar un préstamo bancario por lo que el rendimiento debe cubrir los intereses generados por lo tanto la TMAR con financiamiento es:

CUADRO # 48

TASA MINIMA DE RETORNO GLOBAL

Fuentes Financiamiento	Monto	% Aportacion	TMAR	Ponderacion
Accionistas	10880	0.42	0.276	0.11592
Entidad Bancaria	15000	0.58	0.084	0.04872
TOTAL	25880	1	0.36	0.16464

$$TMAR = 0.1646$$

²³ Rendimiento de la Inversión esperada obtener por los socios quinto año, Estado de Resultados, sin financiamiento.

²⁴ Banco Central del Ecuador, Inflación mes de Agosto 2011

Una vez obtenidos los datos necesarios se procede al Cálculo del Valor Presente Neto (VAN).

$$VAN = - \text{Inversión} + \frac{\text{Flujos de caja}}{(1 + i)^n}$$

CUADRO # 49

VPN SIN FINANCIAMIENTO

CALCULO DEL VPN							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
FLUJO NETO	\$ -25,430.00	\$ 11,773.28	\$ 9,539.85	\$ 11,525.45	\$ 12,853.61	\$ 23,385.46	
TMAR 27.6%		0.276	0.276	0.276	0.276	0.276	
VALOR PRESENTE NETO	\$ -25,430.00	\$ 9,226.71	\$ 5,859.23	\$ 5,547.61	\$ 4,848.67	\$ 6,913.41	

$$VPN = 6965.62$$

Elaborado por: La autora

Fuente: Flujo Neto de Fondos

CUADRO # 50

VPN CON FINANCIAMIENTO

CALCULO DEL VPN							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
FLUJO NETO	\$ -25,430.00	\$ 5,031.28	\$ 2,720.48	\$ 4,754.57	\$ 13,286.08	\$ 24,561.52	
TMAR 16.46%		0.165	0.165	0.165	0.165	0.165	
VALOR PRESENTE NETO	\$ -25,430.00	\$ 4,320.17	\$ 2,005.82	\$ 3,010.10	\$ 7,222.53	\$ 11,464.93	

$$VPN = 2593.55$$

Elaborado por: La autora

Fuente: Flujo Neto de Fondos

Por las operaciones realizadas vemos que el VPN es mayor que cero en los dos casos con Financiamiento y Sin Financiamiento por lo que el proyecto es económicamente rentable.

Con esto determinamos que el proyecto es atractivo y será aceptado por los inversionistas, adicionalmente vemos que el VPN con Financiamiento es menor que sin Financiamiento, por lo que debemos considerar que sin realizar el préstamo obtenemos un ahorro en el pago

de intereses, lo que se reflejará un resultado mayor en el flujo de fondos.

Para ayudarnos en la medición del VPN, podemos utilizar el PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión), el cual mide el periodo en el que se espera recuperar la inversión inicial del Proyecto.

PRI con Financiamiento

$$PRI = \frac{Inversion_Inicial}{Ingresos_Promedios}$$

$$PRI = \frac{25430}{28023.55/5}$$

$$\mathbf{PRI = 4,53 \text{ años}}$$

La inversión se recuperara satisfactoriamente en cuatro años con 6 meses aproximadamente, a partir de ese momento hasta el final del periodo corresponde la rentabilidad para los socios.

PRI sin Financiamiento

$$PRI = \frac{Inversion_Inicial}{Ingresos_Promedios}$$

$$PRI = \frac{25430}{32395.62/5}$$

$$\mathbf{PRI = 3,92 \text{ años}}$$

La inversión se recuperara satisfactoriamente en tres años con 11 meses aproximadamente, a partir de ese momento hasta el final del periodo corresponde la rentabilidad para los socios.

5.2.5 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con la TMAR (si la inversión no tiene riesgo, el costo de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la TMAR, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

CUADRO # 51

CÁLCULO DE TIR CON FINANCIAMIENTO

CÁLCULO DEL TIR	
	FLUJO NETO
AÑO 0	\$ -25,430.00
AÑO 1	\$ 5,031.28
AÑO 2	\$ 2,720.48
AÑO 3	\$ 4,754.57
AÑO 4	\$ 13,286.08
AÑO 5	\$ 24,561.52
TIR	19.58%

Elaborado por: La autora

Fuente: Flujo Neto de Fondos

El TIR es mayor que la TMAR, por lo que podemos decir que el proyecto es aceptable $TIR > TMAR$ $19.58\% > 16.46\%$.

CUADRO # 52

CALCULO DE TIR SIN FINANCIAMIENTO

CALCULO DEL TIR

FLUJO NETO	
AÑO 0	\$ -25,430.00
AÑO 1	\$ 11,773.28
AÑO 2	\$ 9,539.85
AÑO 3	\$ 11,525.45
AÑO 4	\$ 12,853.61
AÑO 5	\$ 23,385.46
TIR	39.45%

Elaborado por: La autora

Fuente: Flujo Neto de Fondos

El TIR es mayor que la TMAR, por lo que podemos decir que el proyecto es aceptable $TIR > TMAR$ $39,45\% > 27.6\%$.

Realizando la comparación con el VPN, nuestro nuevo VPN = 0.

CUADRO # 53

VPN CON TIR

CON FINANCIAMIENTO

COMPROBACION DEL TIR							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
FLUJO NETO	\$ -25,430.00	\$ 5,031.28	\$ 2,720.48	\$ 4,754.57	\$ 13,286.08	\$ 24,561.52	
TMAR 19.58%		0.1958	0.1958	0.1958	0.1958	0.1958	
VALOR PRESENTE NETO	\$ -25,430.00	\$ 4,207.29	\$ 1,902.37	\$ 2,780.26	\$ 6,496.74	\$ 10,043.35	

Elaborado por: La autora

Fuente: Flujo Neto de Fondos

CUADRO # 54

VPN CON TIR

SIN FINANCIAMIENTO

COMPROBACION DEL TIR							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
FLUJO NETO	\$ -25,430.00	\$ 11,773.28	\$ 9,539.85	\$ 11,525.45	\$ 12,853.61	\$ 23,385.46	
TMAR 39.45%		0.3945	0.3945	0.3945	0.3945	0.3945	
VALOR PRESENTE NETO	\$ -25,430.00	\$ 8,442.39	\$ 4,905.43	\$ 4,249.73	\$ 3,398.57	\$ 4,433.89	

Elaborado por: La autora

Fuente: Flujo Neto de Fondos

5.2.6 RAZON COSTO-BENEFICIO (B/C)

La Razón Beneficio-Costo, compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual, tanto del desembolso original como de otros gastos en que se incurran en el período de operación, o sea de los beneficios y costos actualizados a un cierto momento, dividiendo los primeros por los segundos de manera que:

$$\text{Razón Costo-Beneficio} = \frac{\sum VP \text{ Ingresos_Netos}}{(\text{Inversión Inicial})}$$

Si la razón costo-beneficio es mayor a 1, el proyecto es aceptable.

Si la razón costo-beneficio es menor a 1, el proyecto no es aceptable.

El cálculo se realiza de la siguiente forma:

$$\text{Razón Costo-Beneficio con Financiamiento} = 28023.55 / 25430$$

$$\text{Razón Costo-Beneficio} = 1.10$$

El valor es mayor que uno, por lo que el proyecto es aceptable.

$$\text{Razón Beneficio-Costo sin Financiamiento} = 32395.62 / 25430$$

$$\text{Razón Costo-Beneficio} = 1.27$$

El valor es mayor que uno, por lo que el proyecto es aceptable.

5.2.8 Análisis de Solvencia y Rentabilidad

5.2.8.1 Análisis Liquidez

El grado en que una empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes es la medida de su liquidez a corto plazo. La liquidez implica, por tanto, la capacidad puntual de convertir los activos en líquidos o de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos a corto plazo.

5.2.8.2 Análisis de Solvencia, endeudamiento o apalancamiento

Muestra la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el negocio. Expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales. Dan una idea de la autonomía financiera de la misma. Combinan las deudas de corto y largo plazo.

5.2.8.3 Endeudamiento

Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, en los activos. En este caso, el objetivo es medir el nivel global de endeudamiento o proporción de fondos aportados por los acreedores.

Cobertura de gastos financieros

Nos indica hasta qué punto pueden disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación de dificultad para pagar sus gastos financieros.

ESTUDIO CON FINANCIAMIENTO

a) Apalancamiento

CUADRO # 55

Apalancamiento = Deuda total / Fondo propios

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVOS	\$ 16,507.00	\$ 36,224.89	\$ 31,637.39	\$ 33,238.27	\$ 37,224.77	\$ 43,723.73
PATRIMONIO	\$ 10,880.00	\$ 11,348.27	\$ 11,715.93	\$ 12,213.49	\$ 12,874.69	\$ 13,601.92
APALANCAMIENTO	\$ 1.52	\$ 3.19	\$ 2.70	\$ 2.72	\$ 2.89	\$ 3.21

Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

b) Solvencia Total

CUADRO # 56

Solvencia Total = Activo total / Deuda Total

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO TOTAL	\$ 27,387.00	\$ 47,573.16	\$ 43,353.32	\$ 45,451.76	\$ 50,099.46	\$ 57,325.65
PASIVOS	\$ 16,507.00	\$ 36,224.89	\$ 31,637.39	\$ 33,238.27	\$ 37,224.77	\$ 43,723.73
SOLVENCIA TOTAL	1.66	1.31	1.37	1.37	1.35	1.31

Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

c) Ratio de Liquidez

CUADRO # 57

Capital de Trabajo = Activo Corriente-Pasivo Corriente

Razón de Liquidez = Activo Corriente / Pasivo Corriente

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 10,860.00	\$ 33,266.92	\$ 31,267.85	\$ 35,587.05	\$ 41,227.18	\$ 49,445.80
PASIVO CORRIENTE	\$ 1,507.00	\$ 25,814.11	\$ 26,215.04	\$ 33,238.27	\$ 37,224.77	\$ 43,723.73
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9,353.00	\$ 7,452.81	\$ 5,052.81	\$ 2,348.78	\$ 4,002.41	\$ 5,722.07
RAZON DE LIQUIDEZ	7.21	1.29	1.19	1.07	1.11	1.13

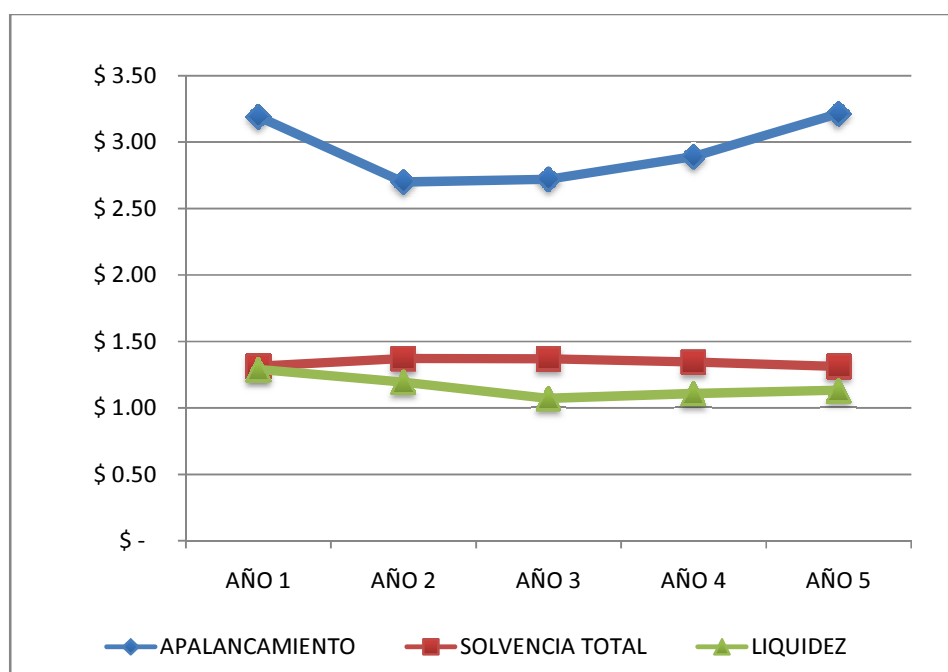
Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

El negocio está en optimas condiciones de cumplir con sus compromisos financieros a corto plazo, sin embargo es importante el manejo que se le va a dar al efectivo y la política de crédito que se va a otorgar a los clientes, que son los dos componentes importantes de nuestro Activo Corriente puesto que pueden convertirse en activos improductivos.

GRÁFICO # 34

GRÁFICO APALANCAMIENTO, SOLVENCIA Y LIQUIDEZ



Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

ESTUDIO SIN FINANCIAMIENTO

d) Apalancamiento

CUADRO # 58

Apalancamiento = Deuda total / Fondo propios

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVOS	\$ 1,957.00	\$ 21,640.39	\$ 21,083.21	\$ 26,574.66	\$ 35,077.10	\$ 41,070.47
PATRIMONIO	\$ 26,430.00	\$ 26,932.76	\$ 27,317.98	\$ 27,807.70	\$ 28,431.97	\$ 29,083.15
APALANCAMIENTO	\$ 0.07	\$ 0.80	\$ 0.77	\$ 0.96	\$ 1.23	\$ 1.41

Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

e) Solvencia Total

CUADRO # 59

Solvencia Total = Activo total / Deuda Total

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO TOTAL	\$ 28,387.00	\$ 48,607.26	\$ 48,351.57	\$ 54,249.01	\$ 63,295.71	\$ 69,862.44
PASIVOS	\$ 1,957.00	\$ 21,640.39	\$ 21,083.21	\$ 26,574.66	\$ 35,077.10	\$ 41,070.47
SOLVENCIA TOTAL	14.51	2.25	2.29	2.04	1.80	1.70

Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

f) Ratio de Liquidez

CUADRO # 60

Capital de Trabajo = Activo Corriente-Pasivo Corriente

Razón de Liquidez = Activo Corriente / Pasivo Corriente

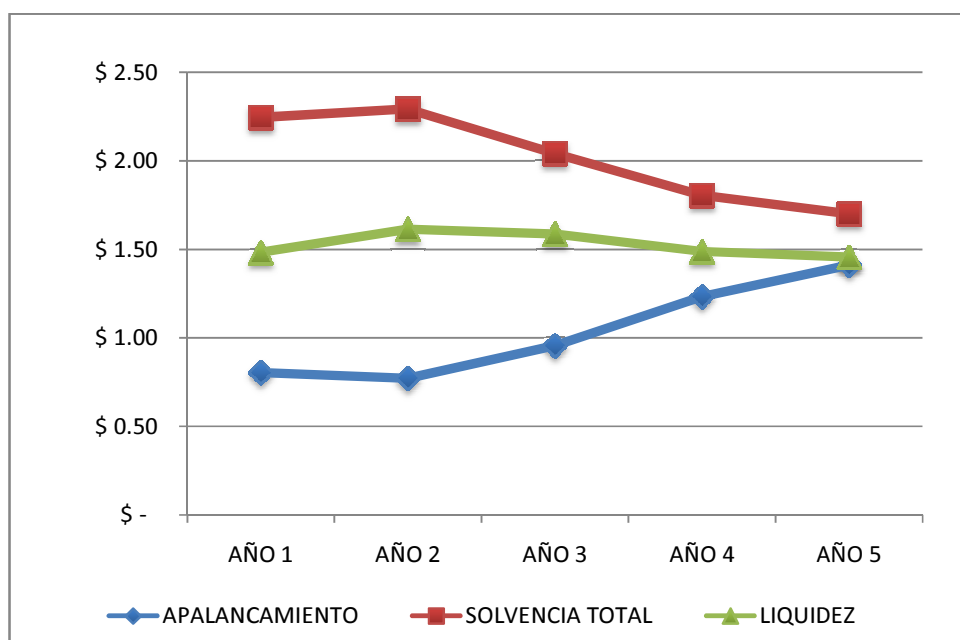
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 11,860.00	\$ 32,080.26	\$ 34,045.33	\$ 42,163.54	\$ 52,202.66	\$ 59,761.83
PASIVO CORRIENTE	\$ 1,957.00	\$ 21,640.39	\$ 21,083.21	\$ 26,574.66	\$ 35,077.10	\$ 41,070.47
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9,903.00	\$ 10,439.87	\$ 12,962.12	\$ 15,588.88	\$ 17,125.56	\$ 18,691.36
RAZON DE LIQUIDEZ	6.06	1.48	1.61	1.59	1.49	1.46

Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

GRÁFICO # 35

GRAFICO APALANCAMIENTO, SOLVENCIA Y LIQUIDEZ



Elaborado por: La autora

Fuente: Balance General

Análisis:

El negocio está en capacidad de cumplir con sus compromisos financieros a corto plazo sin embargo es importante el manejo que se va a dar a todos sus activos fijos como al dinero que se maneja en caja y bancos, y es conveniente mantener un equilibrio entre liquidez y solvencia para nuestra empresa tenga un crecimiento sostenido y aumente año a año.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. CONCLUSIONES

- A.1** En los últimos años en el Ecuador se ha aumentado las personas con sobrepeso dentro de la sociedad, es por esto que el sector manufacturero está intentando cambiar sus tendencias de moda.
- A.2** Hemos cumplido con el propósito del estudio al determinar las necesidades de nuestro grupo objetivo, los mismos que se analizaran hasta encontrar soluciones aptas tanto para el cliente como para nuestra boutique.
- A.3** Boutique Safira releja ánimo, alegría para que cada persona que nos busque en el mercado pueda reconocernos inmediatamente, gracias a los atributos ya mencionados.
- A.4** Creamos una misión, visión y objetivos acorde con nuestras expectativas de crecimiento y con el propósito de que nuestras clientas tengan todo lo que por sus condiciones de obesidad han sido negadas en el mercado común.
- A.5** Se realizó una encuesta con preguntas objetivas acerca de los requerimientos para personas obesas, en la cual también se enfatizó la falta de preocupación que tiendas reconocidas a nivel nacional prestan a esta realidad.
- A.6** Luego de analizar los datos proporcionados por la encuesta, obtuvimos una aceptación importante para la implementación del proyecto e incluso existe una ansiedad porque este se ponga en marcha lo más pronto posible.
- A.7** Estudiamos tanto la demanda como la oferta, a pesar de que no existen datos históricos por ser un plan de negocio pionero en el país, se

realizó los análisis por boutiques ya implantadas en el Ecuador y que dan un poco de espacio a estas tendencias.

- A.8** Se crearon procesos de producción para cada prenda a fin de optimizar el tiempo y cumplir a cabalidad con las tareas implantadas a cada persona dentro de nuestra boutique.
- A.9** Realizamos un estudio territorial para que la localización de nuestra boutique sea de manera estratégica y a su vez adjuntamos un modelo escala donde detalla la distribución óptima de nuestra empresa.
- A.10** Debido a que nuestra boutique está en inicio de actividades se seleccionó perfiles para la Mano de Obra tanto directa como indirecta para acoger a las personas estrictamente necesarias y con esto pagar un salario justo a cada uno de estos para evitar que el personal tenga reclamos con la empresa.
- A.11** Realizamos un cuadro de inversiones donde las clasificamos en Inversiones Fijas, Diferidas y Capital de trabajo a fin de determinar los recursos económicos que los inversionistas están dispuestos a desembolsar y el que se deberá financiar para cubrir el total de la inversión.
- A.12** Trazamos el punto de equilibrio óptimo para la empresa, cada estudio se determinó con y sin financiamiento, a fin de realizar comparaciones al respecto, en ambos casos los Costos Fijos se representan por una línea casi recta y el Costo Total por una línea diagonal, a su vez el punto de equilibrio con financiamiento es mayor al punto sin financiamiento ya que por el pago del préstamo, nuestro precio tendrá una ligera alza, lo que nos ayudara a cubrir las cuotas del mismo.
- A.13** La financiación de parte de puesta en marcha de la boutique se realizó con el Banco del Pichincha, debido a que las instituciones de primer piso son más estables y últimamente están ofreciendo grandes facilidades para créditos de las empresas.

- A.14** Para finalizar el estudio de factibilidad plasmamos cada Estado Financiero, Flujo de Efectivo, Razones Financieras, Periodos de Recuperación del capital con y sin financiamiento al fin de identificar las semejanzas y diferencias entre estos, vemos en el estudio con financiamiento las utilidades netas son menores por el pago del préstamo durante el plazo que se acordó con la entidad financiera pero al final estos se igualan y se puede dar una semejanza.
- A.15** Se creó una cuenta de dividendos por pagar en el Balance General ya que si bien tiene un impacto fiscal de retención del 25% a cada socio anualmente, no nos conviene hacer una cuenta de utilidades retenidas ya que para esto debemos hacer una escritura donde se especifique que la empresa tiene aportes para futuras capitalización a consecuencia de esto nuestro dinero permanecerá estancado y se perderá su valor.
- A.16** Nuestro proyecto es rentable ya que así lo aseveran los indicadores financieros como TMAR, VAN, VPN y TIR y su recuperación de capital se lo hace en menos de 3 años lo cual es óptimo para la empresa.

B. RECOMENDACIONES

- B.1** Mirar a nuestro alrededor para encontrar que dentro de nuestra cultura existen personas con exceso de peso y abrir nuestro mercado hacia esta nueva tendencia.
- B.2** Optimizar nuestro aprendizaje de manera constante ya que como profesionales siempre debemos actualizar nuestros conocimientos para siempre innovar dentro en nuestra boutique.
- B.3** Crear un plan de mercadeo para captar nuevos clientes y desarrollar una imagen empresarial para fomentar relaciones interpersonales comprometidas con la problemática de cada cliente.
- B.4** Planificar actualizaciones de datos para los clientes por periodos mensuales para evitar que perdamos el contacto ya sea físico o telefónico con cada uno de ellos.
- B.5** Cuidar la calidad y el tiempo de cada cliente, ya que esto ayudara a incrementar la credibilidad y el prestigio empresarial.
- B.6** Gracias a que tenemos un plan pionero dentro de la ciudad aprovechar al máximo la aceptación obtenida por la sociedad y cuidar cada detalle para ser los únicos y los primeros en este campo.
- B.7** Revisar de manera permanente los procesos tanto de producción como de organización de la empresa a fin de lograr estándares de calidad en las prendas y en la atención del cliente.
- B.8** Realizar la investigación del territorio con mucha precisión, ya que debemos cuidar aspectos como: seguridad, afluencia de taxis y buses, parqueadero y tráfico de la ciudad, para evitar malestar en los clientes.

- B.9** Cuidar a nuestro personal como si fuera cada uno de nuestros socios, ya que si cuidamos la imagen interna de la empresa, la imagen externa será de muy buena impresión.
- B.10** Se debe cuidar los cálculos de cada uno de nuestros estados financieros, ya que estos datos nos ayudaran posteriormente para la evaluación financiera.
- B.11** Hemos realizado el estudio económico y financiero con y sin financiamiento a fin de hacer comparaciones importantes de nuestra inversión.
- B.12** Es aconsejable la solicitud de un préstamo en instituciones financieras solidas como Bancos que cuentan actualmente con facilidades y grandes ventajas a la hora de realizar un préstamo.
- B.13** El estudio del punto de equilibrio es un determinante indicado para confirmar que los precios fijados por la empresa cubren sus gastos y a su vez genera una utilidad rentable para que el negocio siga en crecimiento.
- B.14** Realizar los modelos de los Estados Financieros de acuerdo a las NIC y NIIFS, ya que están son las normas que prevalecerán en los años siguientes de nuestro estudio.
- B.15** El pago de dividendos es un incentivo para los trabajadores por lo que se debe mantener esta política a fin de mantener la armonía dentro de la empresa.
- B.16** Es aconsejable realizar un estudio con evaluadores financieros como el VAN, TIR, VPN, ya que estos nos ayudan a comprobar la rentabilidad y factibilidad del proyecto a futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUADO,R, **CLIMA ORGANIZACIONAL**, Un acercamiento a su identificación, Edición 2005.
- ARJONA, Torres Miguel, **DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**: un enfoque práctico, *Edición 2005, rúst. 260 págs*
- BACA, Urbina, **EVALUACION DE PROYECTOS**, Editorial Mc Graw Hill, 4ta Edicion, Mexico D.F.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación mes de Agosto 2011
- CARRASCO, JL, **EL METODO ESTADISTICO DE LA INVESTIGACION**, 5ta Edicion, Madrid, Editorial Ciencia.
- CERTO, Samuel C, COLLEGE Rollins, **ADMINISTRACIÓN MODERNA**, Prentice Hall 624 páginas.
- CHIAVENATO, Idalberto. **ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS**, 3ra Edición.
- CHIAVENATO, Idalberto. **GESTION DEL TALENTO HUMANO**. Bogotá. Mc Graw Hill 2002.
- CORDOVA, Marcial, **FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS**, ECOE Ediciones.
- DE CASTRO José Díez, LOPEZ Carmen, **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Ediciones Pirámide 288 páginas.
- FLEITMAN S. Jack, **NEGOCIOS EXITOSOS**. McGraw-Hill, 2000
- Gitman, Lawrence J **PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA**, Editorial: Pearson 2007, 11ª edición, 268 pags.
- GOMEZ, **ADMINISTRACIÓN** MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U. 434 páginas
- INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- KARL E. Case/ Ray C. Fair. **FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA** Edit. Prentice Hall, México 2003 pag.94
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. **FUNDMENTO DEL MARKETING**. 6ta Edición México. Prentice Hall. 2003.
- LORTI, Ley del Régimen Tributario Interno y Reglamento.
- MANKIEW, Gregory. **MACROECONOMÍA**. Bogotá. Mayol Ediciones, 2005.

- MARTINEZ, Josep Lluís, ILLERA Carlos Rodrigo, RENDER Barry, HEIZER Jay, **DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN VOLUMEN 1**, Pearson Educación 488 páginas
- MARTINEZ, Luz Patricia, **GESTIÓN SOCIAL DEL TALENTO HUMANO**, Marzo 2002
- MOKATE, Karen Marie, **EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTOS DE INVERSION**, Primera Edición.
- ORTIZ, Héctor, **FLUJO DE CAJA Y PROYECCIONES FINANCIERAS**, Bogotá, Colombia, Edición 1997
- PINDYCK, Robert S, **MICROECONOMIA**, Prentice Hall
- PNEUMANS, H. Deusto, **VALORACION DE PROYECTOS DE INVERSION**, Edición 1967, Pag. 21
- SALVATORE, Dominick, **MICROECONOMÍA**, Edición 2005
- THOMPSON, Arthur A. **ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**, McGraw-Hill 480 páginas.
- URBINA, Baca Gabriel **EVALUACIÓN DE PROYECTOS**, *Quinta Edición 2007, McGraw-Hill, 381 págs.*
- VARELA, Rodrigo. **INNOVACION EMPRESARIAL, ARTE Y CIENCIA EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS**. Bogotá. Prentice Hall. 2001.
- VIGUER, J. M. **ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**, MCGRAW HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U. 688 páginas
- YSERTE, Rubén **ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO DE LA EMPRESA**, Ediciones Pirámide, 424 páginas.

NETGRAFIA

- <http://www.conceptobc.com.ar/>
- <http://www.gestiopolis.com/>
- <http://www.igm.gov.ec/>
- <http://www.inen.gov.ec/site/>
- <http://www.monografias.com/>
- <http://www.who.int/es/>
- www.emprendedores.es/

- www.mujierglobal.com
- www.degencia.com
- www.tesisymonografias.net
- www.fondoemprender.com/bancomedios/
- <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- <http://es.wikipedia.org/>
- http://www.clinicamedicainternacional.com/sobrepeso_obesidad.html
- <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptosGeneralesdelcosto>

ANEXOS

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRENDAS

SIN FINANCIAMIENTO

PUNTO DE EQUILIBRIO
MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00
COSTOS VARIABLES	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26
MARGEN DE CONTRIBUCION	0.75	0.76	0.76	0.76	0.76
COSTOS FIJOS	\$ 82,753.51	\$ 95,690.51	\$ 106,853.83	\$ 115,591.73	\$ 125,543.40
PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS	\$ 110,089.33	\$ 125,218.97	\$ 139,827.10	\$ 151,261.37	\$ 164,283.95

COMPROBACION PUNTO DE EQUILIBRIO
MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 110,089.33	\$ 125,218.97	\$ 139,827.10	\$ 151,261.37	\$ 164,283.95
MARGEN DEL COSTO VARIABLE	0.25	0.24	0.24	0.24	0.24
COSTOS VARIABLES	\$ 27,335.81	\$ 29,528.46	\$ 32,973.27	\$ 35,669.64	\$ 38,740.55
COSTOS FIJOS	\$ 82,753.51	\$ 95,690.51	\$ 106,853.83	\$ 115,591.73	\$ 125,543.40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

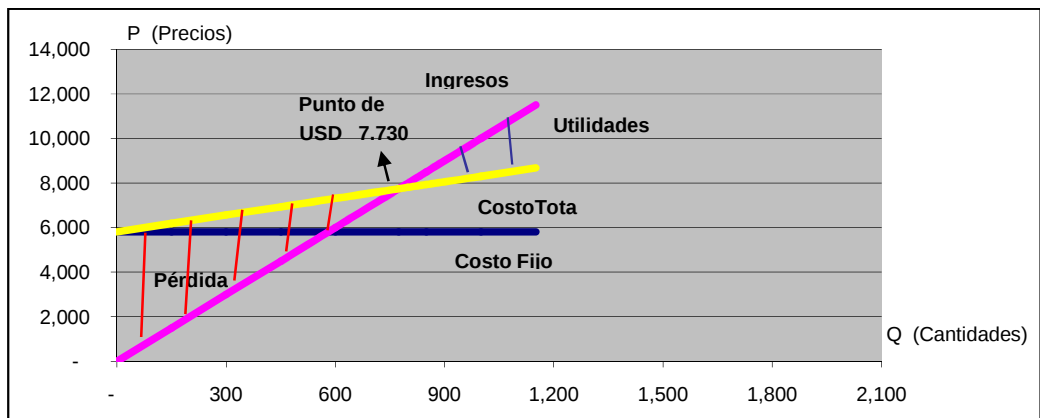
Cantidades					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	1,100.00	1,200.00	1,300.00	1,456.00	1,560.00
Blusas	1,200.00	1,300.00	1,400.00	1,560.00	1,664.00
Faldas	1,000.00	1,200.00	1,400.00	1,560.00	1,664.00
Pantalones	1,300.00	1,400.00	1,500.00	1,664.00	1,768.00
Abrigos	900.00	1,000.00	1,100.00	1,248.00	1,352.00
Total Prendas Año	5,500.00	6,100.00	6,700.00	7,488.00	8,008.00
Precios					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	10.00	11.00	12.00	12.00	13.00
Blusas	21.00	22.00	23.00	23.00	24.00
Faldas	27.00	28.00	29.00	29.00	30.00
Pantalones	33.00	34.00	35.00	35.00	36.00
Abrigos	56.00	57.00	58.00	58.00	59.00
Precio Promedio Año	\$ 73.50	\$ 76.00	\$ 78.50	\$ 78.50	\$ 81.00
Tasa de Crecimiento	0%	3.4%	3.3%	0.0%	3.2%
Ingresos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	11,000.00	13,200.00	15,600.00	17,472.00	20,280.00
Blusas	25,200.00	28,600.00	32,200.00	35,880.00	39,936.00
Faldas	27,000.00	33,600.00	40,600.00	45,240.00	49,920.00
Pantalones	42,900.00	47,600.00	52,500.00	58,240.00	63,648.00
Abrigos	50,400.00	57,000.00	63,800.00	72,384.00	79,768.00
Total Ingresos Año	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00

COSTOS VARIABLES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2,731.36	3,112.75	3,678.71	4,120.15	4,782.32
Blusas	6,257.30	6,744.30	7,593.23	8,461.03	9,417.49
Faldas	6,704.25	7,923.37	9,574.07	10,668.25	11,771.86
Pantalones	10,652.32	11,224.77	12,380.27	13,733.84	15,009.13
Abrigos	12,514.61	13,441.43	15,044.97	17,069.20	18,810.46
TOTAL	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26
COSTOS FIJOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	5,816.54	7,017.30	8,143.23	8,810.98	10,041.41
Blusas	13,325.17	15,204.16	16,808.47	18,093.99	19,773.86
Faldas	14,276.96	17,862.23	21,193.29	22,814.16	24,717.32
Pantalones	22,684.51	25,304.82	27,405.11	29,369.95	31,514.59
Abrigos	26,650.33	30,302.00	33,303.74	36,502.65	39,496.22
TOTAL	\$ 82,753.51	\$ 95,690.51	\$ 106,853.83	\$ 115,591.73	\$ 125,543.40
COSTOS VARIABLES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2.48	2.59	2.83	2.83	3.07
Blusas	5.21	5.19	5.42	5.42	5.66
Faldas	6.70	6.60	6.84	6.84	7.07
Pantalones	8.19	8.02	8.25	8.25	8.49
Abrigos	13.91	13.44	13.68	13.68	13.91
TOTAL	36.50	35.84	37.02	37.02	38.20

PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: ROPA INTERIOR

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	5,817	0	5,817
150	1,500.00	5,817	372.46	6,189
300	3000	5,817	744.917193	6,561
450	4500	5,817	1117.375789	6,934
600	6000	5,817	1489.834386	7,306
774	7738	5,817	1921	7,738
850	8500	5,817	2110.598713	7,927
1000	10000	5,817	2483.05731	8,300
1150	11500	5,817	2855.515906	8,672
	0	5,817	0	5,817
	0	5,817	0	5,817

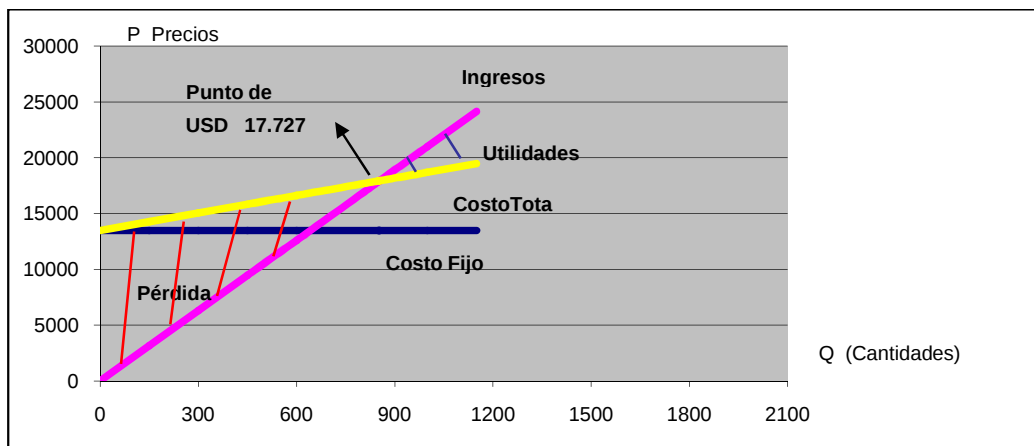
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	5,817	-	5,817
150	5,817	1,500	6,189
300	5,817	3,000	6,561
450	5,817	4,500	6,934
600	5,817	6,000	7,306
774	5,817	7,738	7,738
850	5,817	8,500	7,927
1,000	5,817	10,000	8,300
1,150	5,817	11,500	8,672



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: BLUSAS

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	13,325	0	13,325
150	3,150.00	13,325	782.16	14,107
300	6,300.00	13,325	1,564.33	14,889
450	9,450.00	13,325	2,346.49	15,672
600	12,600.00	13,325	3,128.65	16,454
844	17,726.84	13,325	4,401.68	17,727
850	17,850.00	13,325	4,432.26	17,757
1000	21,000.00	13,325	5,214.42	18,540
1150	24,150.00	13,325	5,996.58	19,322
	-	13,325	-	13,325
	-	13,325	-	13,325

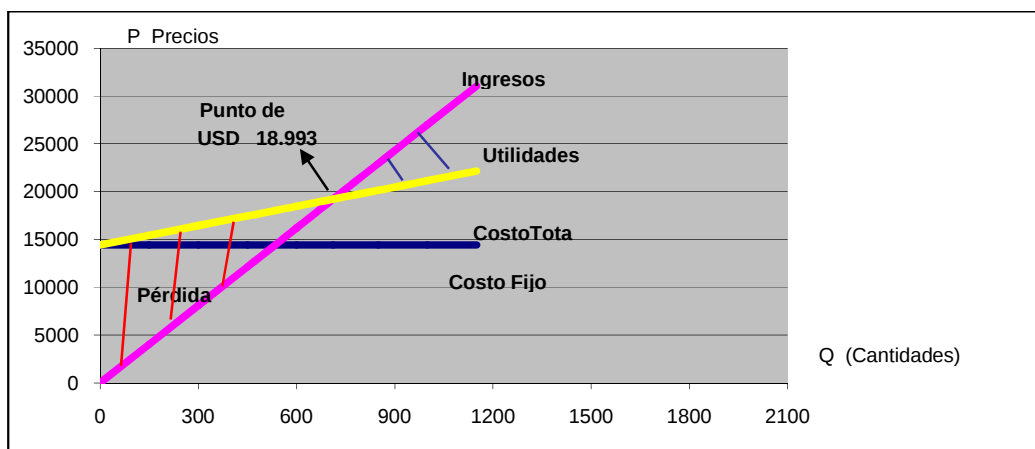
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	13,325	-	13,325
150	13,325	3,150	14,107
300	13,325	6,300	14,889
450	13,325	9,450	15,672
600	13,325	12,600	16,454
844	13,325	17,727	17,727
850	13,325	17,850	17,757
1,000	13,325	21,000	18,540
1,150	13,325	24,150	19,322



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: FALDAS

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	14,277	0	14,277
150	4,050.00	14,277	1,005.64	15,283
300	8,100.00	14,277	2,011.28	16,288
450	12,150.00	14,277	3,016.91	17,294
600	16,200.00	14,277	4,022.55	18,300
703	18,993.05	14,277	4,716.08	18,993
850	22,950.00	14,277	5,698.62	19,976
1000	27,000.00	14,277	6,704.25	20,981
1150	31,050.00	14,277	7,709.89	21,987
	-	14,277	-	14,277
	-	14,277	-	14,277

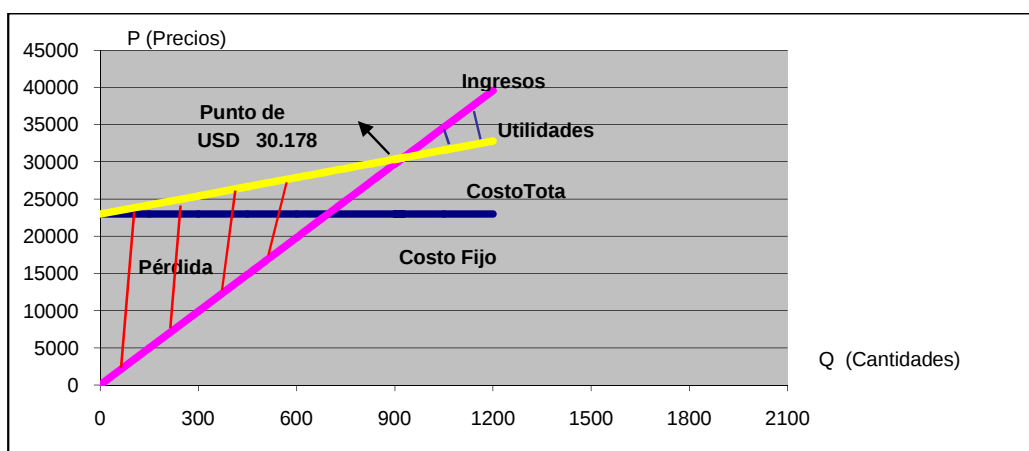
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	14,277	-	14,277
150	14,277	4,050	15,283
300	14,277	8,100	16,288
450	14,277	12,150	17,294
600	14,277	16,200	18,300
703	14,277	18,993	18,993
850	14,277	22,950	19,976
1,000	14,277	27,000	20,981
1,150	14,277	31,050	21,987



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: PANTALONES

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	22,685	0	22,685
150	4,950.00	22,685	1,229.11	23,914
300	9,900.00	22,685	2,458.23	25,143
450	14,850.00	22,685	3,687.34	26,372
600	19,800.00	22,685	4,916.45	27,601
914	30,177.84	22,685	7,493.33	30,178
900	29,700.00	22,685	7,374.68	30,059
1050	34,650.00	22,685	8,603.79	31,288
1200	39,600.00	22,685	9,832.91	32,517
	-	22,685	-	22,685
	-	22,685	-	22,685

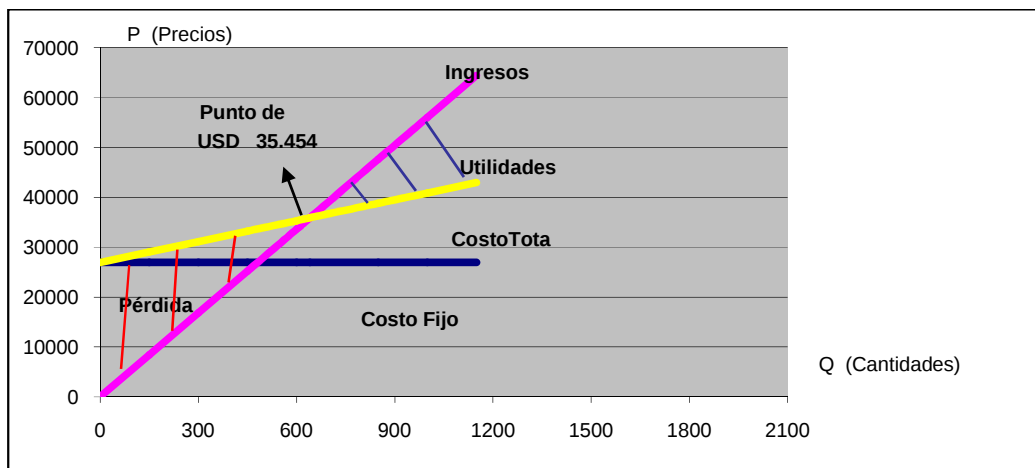
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	22,685	-	22,685
150	22,685	4,950	23,914
300	22,685	9,900	25,143
450	22,685	14,850	26,372
600	22,685	19,800	27,601
914	22,685	30,178	30,178
900	22,685	29,700	30,059
1,050	22,685	34,650	31,288
1,200	22,685	39,600	32,517



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: ABRIGOS

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	26,650	0	26,650
150	8,400.00	26,650	2,085.77	28,736
300	16,800.00	26,650	4,171.54	30,822
450	25,200.00	26,650	6,257.30	32,908
600	33,600.00	26,650	8,343.07	34,993
633	35,453.69	26,650	8,803.35	35,454
850	47,600.00	26,650	11,819.35	38,470
1000	56,000.00	26,650	13,905.12	40,555
1150	64,400.00	26,650	15,990.89	42,641
	-	26,650	-	26,650
	-	26,650	-	26,650

Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	26,650	-	26,650
150	26,650	8,400	28,736
300	26,650	16,800	30,822
450	26,650	25,200	32,908
600	26,650	33,600	34,993
633	26,650	35,454	35,454
850	26,650	47,600	38,470
1,000	26,650	56,000	40,555
1,150	26,650	64,400	42,641



PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRENDAS CON FINANCIAMIENTO

PUNTO DE EQUILIBRIO MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00
COSTOS VARIABLES	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26
MARGEN DE CONTRIBUCION	0.75	0.76	0.76	0.76	0.76
COSTOS FIJOS	\$ 83,835.61	\$ 96,373.41	\$ 107,031.01	\$ 115,449.93	\$ 125,331.59
PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS	\$ 111,528.87	\$ 126,112.60	\$ 140,058.95	\$ 151,075.81	\$ 164,006.79

COMPROBACION PUNTO DE EQUILIBRIO MÉTODO MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 111,528.87	\$ 126,112.60	\$ 140,058.95	\$ 151,075.81	\$ 164,006.79
MARGEN DEL COSTO VARIABLE	0.25	0.24	0.24	0.24	0.24
COSTOS VARIABLES	\$ 27,693.26	\$ 29,739.19	\$ 33,027.94	\$ 35,625.88	\$ 38,675.19
COSTOS FIJOS	\$ 83,835.61	\$ 96,373.41	\$ 107,031.01	\$ 115,449.93	\$ 125,331.59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

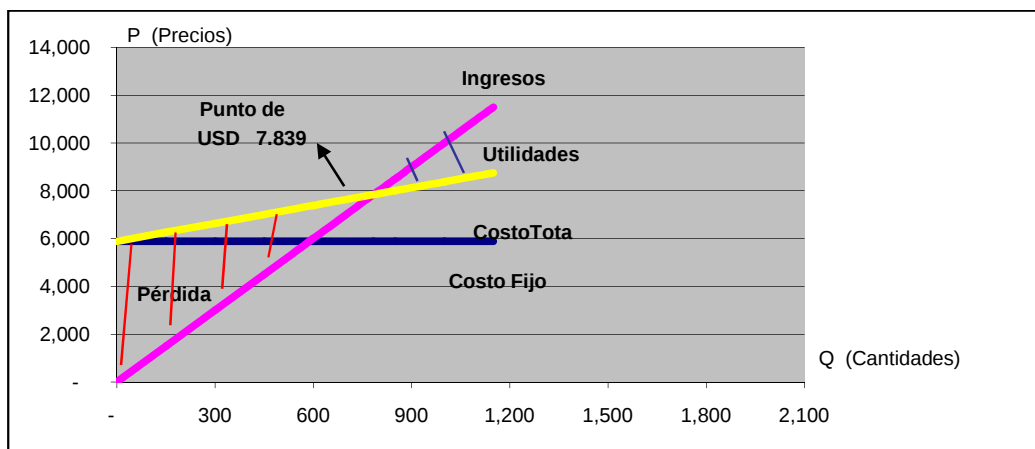
Cantidades					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	1,100.00	1,200.00	1,300.00	1,456.00	1,560.00
Blusas	1,200.00	1,300.00	1,400.00	1,560.00	1,664.00
Faldas	1,000.00	1,200.00	1,400.00	1,560.00	1,664.00
Pantalones	1,300.00	1,400.00	1,500.00	1,664.00	1,768.00
Abrigos	900.00	1,000.00	1,100.00	1,248.00	1,352.00
Total Prendas Año	5,500.00	6,100.00	6,700.00	7,488.00	8,008.00
Precios					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	10.00	11.00	12.00	12.00	13.00
Blusas	21.00	22.00	23.00	23.00	24.00
Faldas	27.00	28.00	29.00	29.00	30.00
Pantalones	33.00	34.00	35.00	35.00	36.00
Abrigos	56.00	57.00	58.00	58.00	59.00
Precio Promedio Año	\$ 73.50	\$ 76.00	\$ 78.50	\$ 78.50	\$ 81.00
Tasa de Crecimiento	0%	3.4%	3.3%	0.0%	3.2%
Ingresos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	11,000.00	13,200.00	15,600.00	17,472.00	20,280.00
Blusas	25,200.00	28,600.00	32,200.00	35,880.00	39,936.00
Faldas	27,000.00	33,600.00	40,600.00	45,240.00	49,920.00
Pantalones	42,900.00	47,600.00	52,500.00	58,240.00	63,648.00
Abrigos	50,400.00	57,000.00	63,800.00	72,384.00	79,768.00
Total Ingresos Año	\$ 156,500.00	\$ 180,000.00	\$ 204,700.00	\$ 229,216.00	\$ 253,552.00

COSTOS VARIABLES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2,731.36	3,112.75	3,678.71	4,120.15	4,782.32
Blusas	6,257.30	6,744.30	7,593.23	8,461.03	9,417.49
Faldas	6,704.25	7,923.37	9,574.07	10,668.25	11,771.86
Pantalones	10,652.32	11,224.77	12,380.27	13,733.84	15,009.13
Abrigos	12,514.61	13,441.43	15,044.97	17,069.20	18,810.46
TOTAL	\$ 38,859.85	\$ 42,446.62	\$ 48,271.24	\$ 54,052.48	\$ 59,791.26
COSTOS FIJOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	5,892.60	7,067.38	8,156.74	8,800.18	10,024.47
Blusas	13,499.41	15,312.66	16,836.34	18,071.79	19,740.50
Faldas	14,463.65	17,989.70	21,228.43	22,786.17	24,675.62
Pantalones	22,981.14	25,485.41	27,450.55	29,333.92	31,461.42
Abrigos	26,998.82	30,518.25	33,358.96	36,457.87	39,429.59
TOTAL	\$ 83,835.61	\$ 96,373.41	\$ 107,031.01	\$ 115,449.93	\$ 125,331.59
COSTOS VARIABLES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ropa Interior	2.48	2.59	2.83	2.83	3.07
Blusas	5.21	5.19	5.42	5.42	5.66
Faldas	6.70	6.60	6.84	6.84	7.07
Pantalones	8.19	8.02	8.25	8.25	8.49
Abrigos	13.91	13.44	13.68	13.68	13.91
TOTAL	36.50	35.84	37.02	37.02	38.20

PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: ROPA INTERIOR

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	5,893	0	5,893
150	1,500.00	5,893	372.46	6,265
300	3000	5,893	744.917193	6,638
450	4500	5,893	1117.375789	7,010
600	6000	5,893	1489.834386	7,382
784	7839	5,893	1946	7,839
850	8500	5,893	2110.598713	8,003
1000	10000	5,893	2483.05731	8,376
1150	11500	5,893	2855.515906	8,748
	0	5,893	0	5,893
	0	5,893	0	5,893

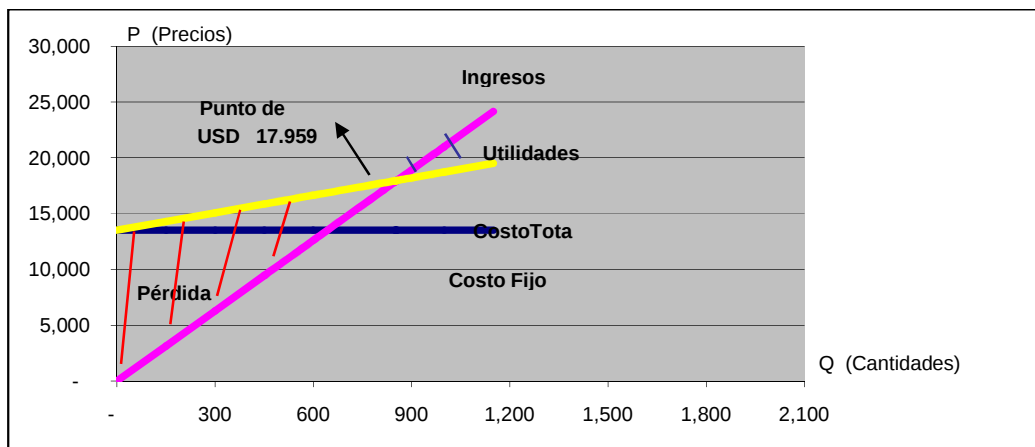
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	5,893	-	5,893
150	5,893	1,500	6,265
300	5,893	3,000	6,638
450	5,893	4,500	7,010
600	5,893	6,000	7,382
784	5,893	7,839	7,839
850	5,893	8,500	8,003
1,000	5,893	10,000	8,376
1,150	5,893	11,500	8,748



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: BLUSAS

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	13,499	0	13,499
150	3,150.00	13,499	782.16	14,282
300	6,300.00	13,499	1,564.33	15,064
450	9,450.00	13,499	2,346.49	15,846
600	12,600.00	13,499	3,128.65	16,628
855	17,958.64	13,499	4,459.23	17,959
850	17,850.00	13,499	4,432.26	17,932
1000	21,000.00	13,499	5,214.42	18,714
1150	24,150.00	13,499	5,996.58	19,496
	-	13,499	-	13,499
	-	13,499	-	13,499

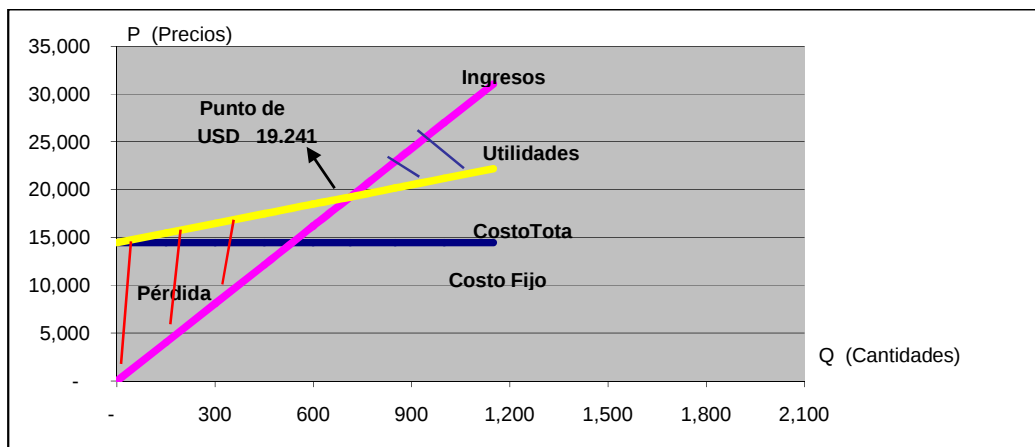
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	13,499	-	13,499
150	13,499	3,150	14,282
300	13,499	6,300	15,064
450	13,499	9,450	15,846
600	13,499	12,600	16,628
855	13,499	17,959	17,959
850	13,499	17,850	17,932
1,000	13,499	21,000	18,714
1,150	13,499	24,150	19,496



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: FALDAS

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	14,464	0	14,464
150	4,050.00	14,464	1,005.64	15,469
300	8,100.00	14,464	2,011.28	16,475
450	12,150.00	14,464	3,016.91	17,481
600	16,200.00	14,464	4,022.55	18,486
713	19,241.40	14,464	4,777.75	19,241
850	22,950.00	14,464	5,698.62	20,162
1000	27,000.00	14,464	6,704.25	21,168
1150	31,050.00	14,464	7,709.89	22,174
	-	14,464	-	14,464
	-	14,464	-	14,464

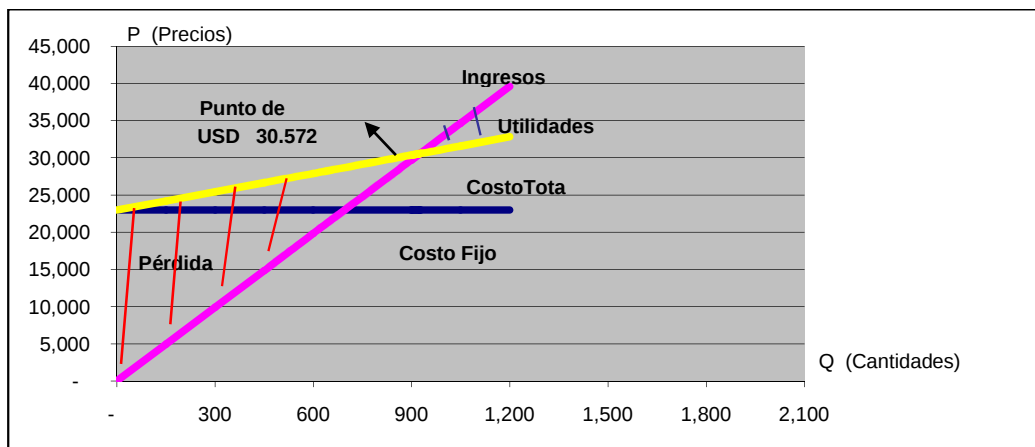
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	14,464	-	14,464
150	14,464	4,050	15,469
300	14,464	8,100	16,475
450	14,464	12,150	17,481
600	14,464	16,200	18,486
713	14,464	19,241	19,241
850	14,464	22,950	20,162
1,000	14,464	27,000	21,168
1,150	14,464	31,050	22,174



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: PANTALONES

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	22,981	0	22,981
150	4,950.00	22,981	1,229.11	24,210
300	9,900.00	22,981	2,458.23	25,439
450	14,850.00	22,981	3,687.34	26,668
600	19,800.00	22,981	4,916.45	27,898
926	30,572.45	22,981	7,591.31	30,572
900	29,700.00	22,981	7,374.68	30,356
1050	34,650.00	22,981	8,603.79	31,585
1200	39,600.00	22,981	9,832.91	32,814
	-	22,981	-	22,981
	-	22,981	-	22,981

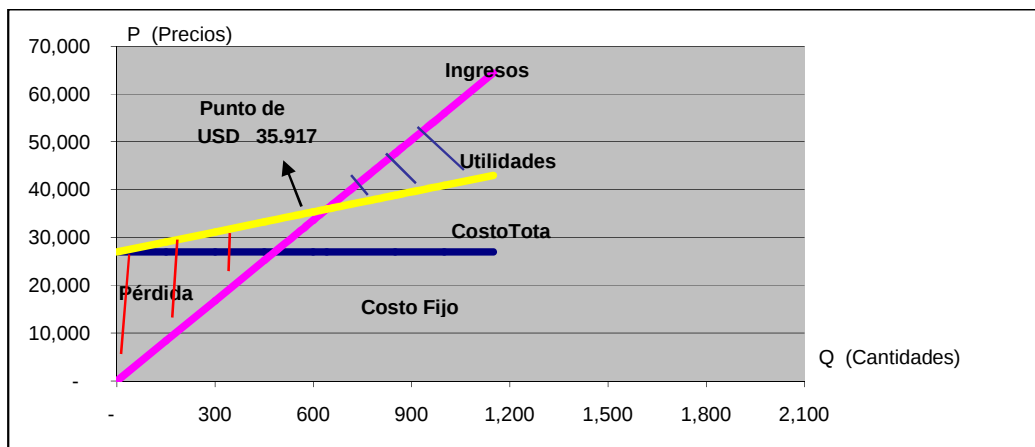
Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	22,981	-	22,981
150	22,981	4,950	24,210
300	22,981	9,900	25,439
450	22,981	14,850	26,668
600	22,981	19,800	27,898
926	22,981	30,572	30,572
900	22,981	29,700	30,356
1,050	22,981	34,650	31,585
1,200	22,981	39,600	32,814



PUNTO DE EQUILIBRIO PRENDA: ABRIGOS

Q	Ingresos	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
0	-	26,999	0	26,999
150	8,400.00	26,999	2,085.77	29,085
300	16,800.00	26,999	4,171.54	31,170
450	25,200.00	26,999	6,257.30	33,256
600	33,600.00	26,999	8,343.07	35,342
641	35,917.29	26,999	8,918.47	35,917
850	47,600.00	26,999	11,819.35	38,818
1000	56,000.00	26,999	13,905.12	40,904
1150	64,400.00	26,999	15,990.89	42,990
	-	26,999	-	26,999
	-	26,999	-	26,999

Q	Costo Fijo	Ingreso	Costo Total
-	26,999	-	26,999
150	26,999	8,400	29,085
300	26,999	16,800	31,170
450	26,999	25,200	33,256
600	26,999	33,600	35,342
641	26,999	35,917	35,917
850	26,999	47,600	38,818
1,000	26,999	56,000	40,904
1,150	26,999	64,400	42,990



ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR ÁREAS Y AÑOS CALENDARIO, SEGÚN PROVINCIAS Y CANTONES												
PERÍODO 2001 - 2010												
PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2001			AÑO 2002			AÑO 2003			AÑO 2004		
	TOTAL	ÁREA		TOTAL	ÁREA		TOTAL	ÁREA		TOTAL	ÁREA	
		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL
TOTAL PAIS	12.479.924	7.633.850	4.846.074	12.660.728	7.817.018	4.843.710	12.842.578	8.001.231	4.841.347	13.026.891	8.187.908	4.838.983
PICHINCHA	2.461.071	1.769.268	691.803	2.499.969	1.794.681	705.288	2.536.195	1.817.586	718.609	2.572.154	1.840.227	731.927
QUITO	1.893.641	1.443.038	450.603	1.923.570	1.463.766	459.804	1.951.446	1.482.447	468.999	1.979.113	1.500.914	478.199
CAYAMBE	74.257	32.890	41.367	75.431	33.363	42.068	76.524	33.788	42.736	77.609	34.209	43.400
MEJA	64.728	12.858	51.870	65.750	13.043	52.707	66.702	13.209	53.493	67.648	13.374	54.274
PEDRO MONCAYO	26.342	6.298	20.044	26.759	6.388	20.371	27.146	6.470	20.676	27.531	6.550	20.981
RUMIÑAHUI	67.808	58.566	9.242	68.880	59.407	9.473	69.878	60.165	9.713	70.869	60.915	9.954
SANTO DOMINGO	295.409	206.062	89.347	300.078	209.021	91.057	304.426	211.689	92.737	308.743	214.326	94.417
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	11.030	3.143	7.887	11.205	3.188	8.017	11.367	3.229	8.138	11.528	3.269	8.259
PEDRO VICENTE MALDONADO	10.256	4.057	6.199	10.418	4.115	6.303	10.569	4.168	6.401	10.719	4.219	6.500
PUERTO QUITO	17.600	2.356	15.244	17.878	2.390	15.488	18.137	2.421	15.716	18.394	2.451	15.943

SAGLOBAM S.A

Av. De la Prensa N69-90
Quito-Ecuador
Telefonos: 2598 830 - 2597 888

Cotización

NÚMERO DE COTIZACIÓN 005523
FECHA 15-jul-11

COTIZADO A:
SANDY LOPEZ

ENVIADO A:
MORO MORO Y PIEDRAS S26-298
TELEFONO: 2631 174
QUITO - ECUADOR

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	C&F GUAYAQUIL PER METRIC TON
2	Máquina de Costura Recta (Motor 1/2 HP 3.450 RPM, Velocidad 5500 PPM)	1.230,80	\$ 2.461,60
1	Máquina de Costura Overlock (Motor 1/2 HP 3.450 RPM, Velocidad 6000 y 7500 PPM)	2.044,64	\$ 2.044,64
1	Máquina de Costura Recubridora (Motor 1/2 HP 3.450 RPM, Velocidad 6000 y 7500 PPM)	1.258,93	\$ 1.258,93
1	Máquina de Costura Ojaladora (Motor continuo para 110V 3.600 RPM, Puntadas entre 54 y 345)	1.142,86	\$ 1.142,86
1	Plancha (Tanque de agua que baja por gravedad)	267,86	\$ 267,86
SUBTOTAL			7.175,89
IVA 12%			861,11
TOTAL			8.037,00

Condiciones: Pago 100% contra entrega

Tiempo de entrega: 20 días a partir de la Orden de Compra

THANK YOU FOR YOUR BUSINESS!

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

Administración de Empresas

“ESTUDIO DE MERCADO”

ENCUESTA DE CARÁCTER INVESTIGATIVO

Nombre:..... **Edad:**.....

Sector:..... **Sexo:**.....

1. ¿Existe en su familia alguna persona con exceso de peso?

SI ☐

NO ☐

2. Dónde se provee actualmente de su vestuario?

Almacenes ☐

Tiendas ☐

Mercados ☐

Boutique ☐

Otros ☐

3. ¿Conoce Ud. En la ciudad de Quito una boutique que le ofrezca de manera exclusiva vestuario para personas con sobrepeso?

SI ☐

NO ☐

4. ¿Le gustaría encontrar en la Boutique “Safira”, diseños exclusivos de prendas de vestir para gente con sobrepeso?

SI ☐

NO ☐

5. ¿Adquiere sus prendas de vestir a la medida y a su gusto?

SI ☐

NO ☐

6. ¿Cuál sería la ubicación física ideal de la Boutique "Safira"?

Norte ☐

☐

Centro

☐

Sur

7. ¿Qué prendas le ha causado mayor dificultad encontrar en el mercado común?

Ropa interior ☐

☐

Blusas

Pantalones ☐

☐

Faldas

Abrigos ☐

☐

Otros

8. ¿Cuál sería el tipo de tela que le gustaría que se confeccione su vestuario?

Seda ☐

☐

Algodon

☐

Poli algodón

☐

Casimir

☐

Gabardina

Otros ☐

9. ¿Cuál es la talla de sus prendas de vestir?

Small ☐

☐

Medium

☐

Large

Extra Large ☐

Otros ☐

10. ¿Sus ingresos mensuales se consideran como?

Alto \$1000 o más ☐

Medio \$501-\$1000 ☐

Bajo \$264 a \$500 ☐

11. ¿Con que frecuencia adquiere prendas de vestir?

Quincenal ☐

Mensual ☐

Trimestral ☐

Anual ☐

12. ¿Seleccione el rango del precio que estaría dispuesto a pagar por una prenda adecuada y diseñada exclusivamente a su condición de peso y figura?

De \$20 a \$40 ☐

De \$40 a \$60 ☐

De \$60 a \$80 ☐

Más de \$80 ☐

13. Porque medios publicitarios ha obtenido información de la boutique para personas con sobrepeso?

Television ☐

Radio ☐

Comercio ☐

Volantes ☐

Otros ☐

14. ¿Cuál es el factor determinante que buscaría dentro de esta boutique?

Precio ☐

Calidad ☐

Elegancia ☐

Variedad ☐

15. ¿Cuál es el horario que se adecua para realizar sus compras?

Matutino ☐

Medio día ☐

Vespertino ☐

Nocturno ☐

Nota: sus respuestas son de carácter confidencial y no podrán ser utilizados con otro fin que no se mencionen en la investigación.

GRACIAS POR SU COLABORACION