

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE QUITO**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
MATERIAL PUBLICITARIO (POP) PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS  
Y EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**

**AUTORAS:**

**BAUTISTA HINOJOSA LORENA ALEXANDRA  
JAYA CAMPAÑA JESSICA PAOLA**

**DIRECTOR:**

**LENIN BLANCO**

**Quito, febrero de 2013**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras, LORENA ALEXANDRA BAUTISTA HINOJOSA y JESSICA PAOLA JAYA CAMPAÑA en calidad de autoras del trabajo de investigación o tesis realizada sobre “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO (POP) PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, autorizamos a la UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, a hacer uso de los contenidos, conceptos desarrollados, análisis realizados y conclusiones del presente trabajo académico de fin de carrera, que son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, febrero del 2013

Atentamente.

Lorena Alexandra Bautista Hinojosa

1721111142

Jessica Paola Jaya Campaña

1721765848

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiarme y darle fortaleza en este largo camino, a mis padres Juan y Alicia que son el pilar fundamental de mi vida, me apoyaron en mi formación y pusieron toda su confianza en mí para lograr este gran sueño de convertirme en una profesional, a mis hermanos que forman parte de este sacrificio para que yo culmine mi etapa universitaria, a mi novio Mauricio que siempre me alentó y apoyo para no desmayar y continuar con esta intensa lucha, a mis abuelitos, familiares allegados y amigos que siempre se preocuparon por mi bienestar ya que sin ellos jamás hubieses podido conseguir lo que hasta ahora, a todos ellos dedico este trabajo.

**Lorena**

A Dios mi compañero inseparable por darme salud, fuerza y sabiduría necesaria para cumplir con mi objetivo y mayor sueño, la culminación de mi carrera profesional, a mi hija Shayla mi única inspiración, motivación y pilar fundamental en mi vida, porque a su corta edad supo entenderme, valorarme, apoyarme y con su amor logre culminar este trabajo tan importante, a mis padres, primero por brindarme la oportunidad de vivir, y por su esfuerzo, sacrificio, apoyo incondicional y desinteresado lograron brindarme la oportunidad de continuar con mis estudios, siendo mis mayores espectadores y consejeros a lo largo de mi vida estudiantil, inculcándome valores y principios de amor, respeto, trabajo, lucha, y perseverancia por lo cual me he perfilado siendo quien soy, a mi familia y novio, quienes creyeron en mí, con su apoyo moral y palabras de aliento, para no decaer en la realización de mi sueño, los llevo en mi corazón y les dedico este trabajo.

**Jessica**

## **AGRADECIMIENTO**

Dios me ha llenado de fuerzas en momentos en que todo apuntaba al fracaso, te agradezco por guiarme, por bendecirme y no desampararme en los momentos difíciles de mi vida, a la Universidad Politécnica Salesiana por darme la oportunidad de formar parte de su comunidad estudiantil salesiana y en especial a mi tutor de tesis Eco. Lenin Blanco Cruz, que desde inicios de mi vida universitaria supo compartir sus conocimientos y que ahora se ven reflejados en este trabajo final de grado, gracias por su constante apoyo y comprensión.

**Lorena**

A Dios quien me ha permitido lograr hasta ahora con éxito en mis más grandes objetivos de la vida, poniendo así en mi camino a excelentes docentes que fueron gran aporte en la mi formación profesional.

A mis Padres gracias por compartir momentos buenos, en los que han sabido premiar mis triunfos y malos momentos porque me ayudaron a corregirlos y a aprender de ciertos errores.

**Jessica**

## ÍNDICE

|                                                             |       |
|-------------------------------------------------------------|-------|
| INTRODUCCIÓN .....                                          | 1     |
| <br>CAPÍTULO I.....                                         | <br>3 |
| 1. ESTUDIO DE MERCADO .....                                 | 3     |
| 1.1 Objetivos del estudio de mercado .....                  | 4     |
| 1.1.1 Objetivo general .....                                | 4     |
| 1.1.2 Objetivos específicos .....                           | 4     |
| 1.2 Identificación del producto o servicio .....            | 5     |
| 1.2.1 Características del producto o servicio .....         | 7     |
| 1.2.2 Clasificación según su relación con el ingreso .....  | 9     |
| 1.3 Investigación de mercados.....                          | 10    |
| 1.3.1 Planteamiento del problema de estudio de mercado..... | 10    |
| 1.3.2 Necesidades de información .....                      | 11    |
| 1.3.3 Metodología de la investigación .....                 | 11    |
| 1.3.3.1 Fuentes de información .....                        | 12    |
| 1.3.4 Proceso del muestreo .....                            | 13    |
| 1.3.5 Segmentación de mercado .....                         | 13    |
| 1.3.6 Tamaño del universo.....                              | 14    |
| 1.3.7 Tamaño de la muestra .....                            | 15    |
| 1.3.7.1 Estimación de la proporción muestral .....          | 15    |
| 1.3.7.2 Repartición de la muestra .....                     | 17    |
| 1.3.8 Diseño de la encuesta .....                           | 17    |
| 1.3.8.1 Objetivos de la encuesta .....                      | 18    |
| 1.3.9 Preparación y análisis de datos.....                  | 18    |
| 1.4 Análisis de la demanda .....                            | 35    |
| 1.4.2 Análisis de la situación de mercado .....             | 38    |
| 1.4.3 Factores que condicionan la demanda .....             | 40    |
| 1.4.4 Tamaño y crecimiento de la población en estudio.....  | 42    |
| 1.4.4.1 Hábitos de consumo .....                            | 43    |
| 1.4.5 Comportamiento histórico de la demanda.....           | 45    |

|                        |                                                               |        |
|------------------------|---------------------------------------------------------------|--------|
| 1.4.6                  | Proyección de la demanda .....                                | 48     |
| 1.5                    | Análisis de la oferta.....                                    | 52     |
| 1.5.1                  | Análisis de la oferta local- cantón Latacunga.....            | 53     |
| 1.5.2                  | Factores que condicionan la oferta.....                       | 54     |
| 1.5.3                  | Comportamiento histórico de la oferta .....                   | 56     |
| 1.5.4                  | Proyección de la oferta .....                                 | 57     |
| 1.6                    | Demanda insatisfecha .....                                    | 59     |
| 1.6.1                  | Determinación del mercado objetivo.....                       | 61     |
| 1.7                    | Comercialización del bien .....                               | 62     |
| 1.7.1                  | Las 4 P's.....                                                | 63     |
| 1.7.2                  | Canales de distribución .....                                 | 67     |
| <br>CAPÍTULO II .....  |                                                               | <br>68 |
| 2.                     | ESTUDIO DE TAMAÑO .....                                       | 68     |
| 2.1                    | Factores determinantes para el tamaño del proyecto .....      | 68     |
| 2.1.1                  | Demanda del proyecto .....                                    | 69     |
| 2.1.2                  | Disponibilidad de recursos financieros .....                  | 70     |
| 2.1.3                  | Disponibilidad de mano de obra .....                          | 72     |
| 2.1.4                  | Economías de escala.....                                      | 73     |
| 2.1.5                  | Suministros e insumos .....                                   | 74     |
| 2.1.6                  | Disponibilidad de tecnología .....                            | 74     |
| 2.2                    | Capacidad de las máquinas.....                                | 74     |
| <br>CAPÍTULO III ..... |                                                               | <br>77 |
| 3.                     | ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN.....                                  | 77     |
| 3.1                    | Macro localización .....                                      | 77     |
| 3.2                    | Micro localización .....                                      | 79     |
| 3.2.1                  | Proximidad al mercado .....                                   | 79     |
| 3.2.2                  | Proximidad a fuentes de abastecimiento de materia prima ..... | 79     |
| 3.2.3                  | Transporte .....                                              | 80     |
| 3.2.4                  | Disponibilidad de servicios básicos generales.....            | 80     |
| 3.2.5                  | Disponibilidad de servicios públicos.....                     | 80     |

|                         |                                                                           |           |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2.6                   | Estructura legal / impositiva .....                                       | 81        |
| 3.2.7                   | Impactos ambientales .....                                                | 81        |
| 3.3                     | Matriz locacional.....                                                    | 81        |
| 3.3.1                   | Selección de la alternativa óptima .....                                  | 81        |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b> |                                                                           | <b>85</b> |
| <b>4.</b>               | <b>INGENIERÍA DEL PROYECTO .....</b>                                      | <b>85</b> |
| 4.1                     | EL producto.....                                                          | 85        |
| 4.1.1                   | Características de las telas .....                                        | 85        |
| 4.1.2                   | Proceso de elaboración .....                                              | 88        |
| 4.1.3                   | Proceso de compra de materiales.....                                      | 93        |
| 4.1.4                   | Proceso de venta .....                                                    | 94        |
| 4.2                     | La inflación .....                                                        | 96        |
| 4.3                     | Determinación del porcentaje de participación de cada tipo de prenda..... | 97        |
| 4.4                     | Requerimientos del proyecto.....                                          | 99        |
| 4.4.1                   | Materia prima .....                                                       | 99        |
| 4.4.2                   | Mano de obra.....                                                         | 103       |
| 4.4.3                   | Suministros de planta .....                                               | 104       |
| 4.4.4                   | Suministros de oficina.....                                               | 104       |
| 4.4.5                   | Suministros de limpieza.....                                              | 105       |
| 4.4.6                   | Muebles y enseres.....                                                    | 106       |
| 4.4.7                   | Equipo de computación .....                                               | 107       |
| 4.4.8                   | Equipo de oficina.....                                                    | 107       |
| 4.4.9                   | Maquinaria .....                                                          | 107       |
| 4.4.10                  | Vehículos .....                                                           | 114       |
| 4.4.12                  | Servicios básicos .....                                                   | 115       |
| 4.4.13                  | Publicidad .....                                                          | 116       |
| 4.4.14                  | Arriendo del local.....                                                   | 117       |
| 4.5                     | Determinación de la inversión total.....                                  | 117       |
| 4.5.1                   | Materia prima .....                                                       | 117       |
| 4.5.2                   | Mano de obra.....                                                         | 122       |
| 4.5.3                   | Suministros de planta .....                                               | 129       |
| 4.5.4                   | Suministros de oficina.....                                               | 130       |

|        |                              |     |
|--------|------------------------------|-----|
| 4.5.5  | Suministros de limpieza..... | 131 |
| 4.5.6  | Muebles y enseres.....       | 131 |
| 4.5.7  | Equipo de computación .....  | 132 |
| 4.5.8  | Equipo de oficina.....       | 133 |
| 4.5.9  | Maquinaria .....             | 133 |
| 4.5.10 | Vehículos .....              | 134 |
| 4.5.11 | Combustible.....             | 134 |
| 4.5.12 | Servicios básicos .....      | 134 |
| 4.5.13 | Publicidad .....             | 136 |
| 4.5.14 | Arriendo del local.....      | 137 |
| 4.5.15 | Mantenimiento .....          | 138 |
| 4.5.16 | Seguros .....                | 139 |
| 4.5.17 | Imprevistos .....            | 139 |

## **CAPÍTULO V ..... 142**

### **5. ANÁLISIS LEGAL ..... 142**

|       |                                                                      |     |
|-------|----------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1   | Base legal constitutiva.....                                         | 142 |
| 5.2   | Constitución de la empresa- responsabilidad limitada .....           | 145 |
| 5.2.1 | Características de la Compañías de responsabilidad limitada .....    | 145 |
| 5.2.2 | Tipos de contratos para los empleados.....                           | 152 |
| 5.2.3 | Acta de constitución de compañías de responsabilidad limitada.....   | 156 |
| 5.2.4 | Permisos y trámites legales para la constitución de la empresa ..... | 165 |
| 5.3   | Razón social .....                                                   | 166 |
| 5.3.1 | Slogan .....                                                         | 167 |
| 5.3.2 | Logotipo o signo distintivo .....                                    | 168 |
| 5.4   | Otros requisitos legales para el funcionamiento de la empresa .....  | 169 |
| 5.4.1 | Servicio de rentas internas .....                                    | 169 |
| 5.4.2 | Patente municipal.....                                               | 170 |
| 5.4.3 | Permiso de funcionamiento .....                                      | 171 |
| 5.4.4 | Permiso sanitario.....                                               | 171 |
| 5.4.5 | Permiso del cuerpo de bomberos .....                                 | 172 |
| 5.4.6 | Afiliación a la cámara de comercio de Latacunga .....                | 173 |
| 5.4.7 | Afiliación a la cámara de industriales de Cotopaxi.....              | 174 |

|                           |                                                        |            |
|---------------------------|--------------------------------------------------------|------------|
| 5.4.8                     | Apertura de la cuenta corriente- Banco Pichincha ..... | 175        |
| 5.4.9                     | Registro patronal IESS- clave para el empleador .....  | 175        |
| 5.4.10                    | Afiliaciones al IESS .....                             | 176        |
| 5.5                       | Obligaciones tributarias .....                         | 177        |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b>   |                                                        | <b>178</b> |
| <b>6.</b>                 | <b>ANÁLISIS ORGANIZACIONAL .....</b>                   | <b>178</b> |
| 6.1                       | Cultura organizacional .....                           | 178        |
| 6.1.1                     | Visión.....                                            | 179        |
| 6.1.2                     | Misión.....                                            | 179        |
| 6.2                       | Objetivos estratégicos .....                           | 180        |
| 6.3                       | Principios y valores .....                             | 181        |
| 6.3.1                     | Principios .....                                       | 181        |
| 6.3.2                     | Valores .....                                          | 182        |
| 6.4                       | Estrategia empresarial.....                            | 182        |
| 6.4.1                     | Estrategia de competitividad.....                      | 183        |
| 6.4.2                     | Estrategia de crecimiento .....                        | 183        |
| 6.4.3                     | Estrategia de competencia.....                         | 184        |
| 6.4.4                     | Estrategia operativa .....                             | 184        |
| 6.4.5                     | Estrategia de mercadotecnia .....                      | 185        |
| 6.4.6                     | Estrategia de producto.....                            | 185        |
| 6.5                       | Organigrama estructural .....                          | 185        |
| 6.6                       | Manual de cargos y funciones.....                      | 186        |
| <b>CAPÍTULO VII .....</b> |                                                        | <b>197</b> |
| <b>7.</b>                 | <b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>                        | <b>197</b> |
| 7.1                       | Inversión del proyecto .....                           | 198        |
| 7.2                       | Determinación de la inversión total.....               | 198        |
| 7.2.1                     | Inversión en activos fijos .....                       | 199        |
| 7.2.2                     | Gastos de constitución .....                           | 200        |
| 7.2.3                     | Inversión en capital de trabajo .....                  | 201        |
| 7.3                       | Depreciaciones.....                                    | 204        |

|                           |                                                                    |            |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>7.4</b>                | <b>Determinación de los costos y gastos .....</b>                  | <b>207</b> |
| 7.4.1                     | Costo de producción.....                                           | 207        |
| 7.4.1.1                   | Materia prima directa .....                                        | 208        |
| 7.4.1.2                   | Mano de obra directa.....                                          | 209        |
| 7.4.1.3                   | Costos indirectos de fabricación .....                             | 211        |
| 7.4.2                     | Gastos administrativos .....                                       | 217        |
| 7.4.3                     | Gastos de ventas .....                                             | 224        |
| <b>7.5</b>                | <b>Análisis de costos y gastos .....</b>                           | <b>229</b> |
| 7.5.1                     | Costos totales .....                                               | 229        |
| 7.5.2                     | Determinación de costos fijos.....                                 | 229        |
| 7.5.3                     | Determinación de costos variables.....                             | 230        |
| <b>7.6</b>                | <b>Método del cálculo del costo.....</b>                           | <b>231</b> |
| <b>7.7</b>                | <b>Determinación de los ingresos.....</b>                          | <b>232</b> |
| <b>7.8</b>                | <b>Gastos financieros .....</b>                                    | <b>234</b> |
| 7.8.1                     | Fuentes de financiamiento.....                                     | 234        |
| 7.8.2                     | Forma de financiamiento y amortización de la deuda.....            | 235        |
| <b>7.9</b>                | <b>Cronograma de inversiones.....</b>                              | <b>238</b> |
| <b>7.10</b>               | <b>Estados financieros .....</b>                                   | <b>238</b> |
| 7.10.1                    | Situación financiera inicial.....                                  | 239        |
| 7.10.2                    | Situación económica- proyección a 5 años.....                      | 240        |
| 7.10.4                    | Flujo de caja- proyección a 5 años.....                            | 243        |
| <b>CAPÍTULO VIII.....</b> |                                                                    | <b>247</b> |
| <b>8.</b>                 | <b>EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....</b>                                | <b>247</b> |
| 8.1                       | Flujo de caja neto del proyecto .....                              | 247        |
| 8.2                       | Determinación de la TMAR .....                                     | 248        |
| 8.3                       | Definición y cálculo del VAN .....                                 | 249        |
| 8.4                       | Definición y cálculo de la TIR.....                                | 252        |
| 8.5                       | Definición y cálculo del período de recuperación del capital ..... | 254        |
| 8.6                       | Punto de equilibrio.....                                           | 257        |
| 8.6.1                     | Margen de contribución .....                                       | 257        |

|                                             |            |
|---------------------------------------------|------------|
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b> | <b>263</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>                   | <b>268</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>                          | <b>270</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1: Técnicas de investigación .....                                              | 12  |
| Tabla 2: Tipo de empresas .....                                                       | 19  |
| Tabla 3: Conocimiento de material POP.....                                            | 20  |
| Tabla 4: Conocimiento de empresas productoras y comer. Material POP .....             | 21  |
| Tabla 5: Adquisición de productos publicitarios POP .....                             | 22  |
| Tabla 6: Mantenimiento de estrategias .....                                           | 23  |
| Tabla 7: Tipo de material publicitario solicitado .....                               | 24  |
| Tabla 8: Satisfacción con el bien o servicio.....                                     | 25  |
| Tabla 9: Frecuencia de utilización de publicidad.....                                 | 26  |
| Tabla 10: Inversión anual en publicidad .....                                         | 27  |
| Tabla 11: Interés por contratar bienes o servicios.....                               | 28  |
| Tabla 12: Características del servicio .....                                          | 29  |
| Tabla 13: Disponibilidad de Pago .....                                                | 30  |
| Tabla 14: Medios de promoción .....                                                   | 31  |
| Tabla 15: Proyección de la población- Cantón Latacunga.....                           | 42  |
| Tabla 16: Consumo camisetas polo por inst. educativas - cantón Latacunga (u) .....    | 46  |
| Tabla 17: Consumo camisetas polo por empresas- cantón Latacunga (u).....              | 46  |
| Tabla 18: Consolidado demanda histórica- cantón Latacunga .....                       | 47  |
| Tabla 19: Cálculo analítico de mínimos cuadrados- demanda camisetas polo.....         | 49  |
| Tabla 20: Proyección de la demanda 2013-2017- cantón Latacunga .....                  | 50  |
| Tabla 21: Microempresas afiliadas a la CAPIC (Información) .....                      | 53  |
| Tabla 22: Oferta histórica producción de camisetas polo-cantón Latacunga (u).....     | 56  |
| Tabla 23: Cálculo analítico de mínimos cuadrados- oferta camisetas polo .....         | 57  |
| Tabla 24: Proyección de la oferta 2013-2017- cantón Latacunga.....                    | 58  |
| Tabla 25: Demanda insatisfecha 2013-2017- cantón Latacunga .....                      | 59  |
| Tabla 26: Mercado objetivo .....                                                      | 61  |
| Tabla 27: Producción en unidades para el mercado objetivo.....                        | 62  |
| Tabla 28: Precios de venta: competencia directa (Talleres de confección textil) ..... | 65  |
| Tabla 29: Precios de venta: competencia indirecta (Locales comerciales).....          | 65  |
| Tabla 30: Proyección de la producción 2013-2017 (u).....                              | 69  |
| Tabla 31: Tasa de interés para financiamientos .....                                  | 70  |
| Tabla 32: Tasas de empleo y subempleo.....                                            | 72  |
| Tabla 33: Capacidad de las máquinas de planta.....                                    | 76  |
| Tabla 34: Matriz locacional .....                                                     | 82  |
| Tabla 35: Proceso de producción con tiempos requeridos.....                           | 92  |
| Tabla 36: Proveedores locales.....                                                    | 93  |
| Tabla 37: Inflación .....                                                             | 96  |
| Tabla 38: Opciones de elaboración de camisetas tipo polo .....                        | 97  |
| Tabla 39: Producción por tipo de prenda .....                                         | 98  |
| Tabla 40: Materiales utilizados en la elaboración camisetas polo .....                | 99  |
| Tabla 41: Materia prima directa- requerimientos camisetas polo bordadas .....         | 99  |
| Tabla 42: Materia prima directa- requerimiento camiseta polo estampada .....          | 100 |

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 43: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo bordada .....      | 100 |
| Tabla 44: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo estampada .....    | 100 |
| Tabla 45: Detalle de materiales- camisetas polo bordadas .....                  | 101 |
| Tabla 46: Detalle de materiales- camisetas polo estampadas .....                | 101 |
| Tabla 47: Proyección de materiales- camisetas polo bordadas.....                | 102 |
| Tabla 48: Proyección de materiales- camisetas polo estampadas.....              | 102 |
| Tabla 49: Mano de obra .....                                                    | 103 |
| Tabla 50: Suministros de planta (u) .....                                       | 104 |
| Tabla 51: Suministros de oficina (u).....                                       | 105 |
| Tabla 52: Suministros de limpieza (u) .....                                     | 106 |
| Tabla 53: Muebles y enseres (u) .....                                           | 106 |
| Tabla 54: Equipo de computación (u).....                                        | 107 |
| Tabla 55: Equipo de oficina (u) .....                                           | 107 |
| Tabla 56: Maquinaria .....                                                      | 108 |
| Tabla 57: Vehículo.....                                                         | 114 |
| Tabla 58: Combustible .....                                                     | 115 |
| Tabla 59: Servicios básicos.....                                                | 116 |
| Tabla 60: Publicidad .....                                                      | 116 |
| Tabla 61: Materia prima directa- requerimiento camiseta polo bordada (\$) ..... | 117 |
| Tabla 62: Materia prima directa- requerimiento camiseta polo estampada .....    | 118 |
| Tabla 63: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo bordada .....      | 118 |
| Tabla 64: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo estampada .....    | 118 |
| Tabla 65: Detalle materiales camisetas polo bordadas (\$).....                  | 119 |
| Tabla 66: Detalle materiales- camisetas polo estampadas (\$) .....              | 119 |
| Tabla 67: Proyección materiales- camisetas polo Bordadas.....                   | 120 |
| Tabla 68: Proyección materiales- camisetas polo estampadas.....                 | 121 |
| Tabla 69: Cálculo mano de obra- 2013 (\$) .....                                 | 124 |
| Tabla 70: Cálculo mano de obra- 2014 (\$) .....                                 | 125 |
| Tabla 71: Cálculo mano de obra- 2015 (\$) .....                                 | 126 |
| Tabla 72: Cálculo mano de obra- 2016 (\$) .....                                 | 127 |
| Tabla 73: Cálculo mano de obra- 2017 (\$) .....                                 | 128 |
| Tabla 74: Suministros de planta (S).....                                        | 129 |
| Tabla 75: Suministros de oficina (\$).....                                      | 130 |
| Tabla 76: Suministros de limpieza (\$) .....                                    | 131 |
| Tabla 77: Muebles y enseres (\$) .....                                          | 132 |
| Tabla 78: Equipo de computación (\$).....                                       | 132 |
| Tabla 79: Equipo de oficina (\$) .....                                          | 133 |
| Tabla 80: Maquinaria (\$) .....                                                 | 133 |
| Tabla 81: Vehículo (\$) .....                                                   | 134 |
| Tabla 82: Combustible (\$) .....                                                | 134 |
| Tabla 83: Agua potable (\$) .....                                               | 135 |
| Tabla 84: Energía eléctrica (\$).....                                           | 135 |
| Tabla 85: Internet (\$) .....                                                   | 135 |
| Tabla 86: Teléfono (\$) .....                                                   | 136 |

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 87: Publicidad (\$).....                                                   | 136 |
| Tabla 88: Arriendo local (\$).....                                               | 137 |
| Tabla 89: Mantenimiento 2% (\$) .....                                            | 138 |
| Tabla 90: Mantenimiento 3,5% maquinaria (\$) .....                               | 138 |
| Tabla 91: Seguros activos fijos (\$).....                                        | 139 |
| Tabla 92: Imprevistos- camisetas polo bordadas (\$).....                         | 140 |
| Tabla 93: Imprevistos- camisetas polo estampadas (\$).....                       | 140 |
| Tabla 94: Tipos de compañías.....                                                | 144 |
| Tabla 95: Aporte de capital de los socios.....                                   | 165 |
| Tabla 96: Manual de cargos y funciones del presidente .....                      | 188 |
| Tabla 97: Manual de cargos y funciones del gerente general .....                 | 189 |
| Tabla 98: Manual de cargos y funciones del contador general.....                 | 190 |
| Tabla 99: Manual de cargos y funciones del jefe de ventas.....                   | 191 |
| Tabla 100: Manual de cargos y funciones del jefe de producción.....              | 192 |
| Tabla 101: Manual de cargos y funciones del diseñador .....                      | 193 |
| Tabla 102: Manual de cargos y funciones de Recepción .....                       | 194 |
| Tabla 103: Manual de cargos y funciones de los operarios poli-funcionales .....  | 195 |
| Tabla 104: Manual de cargos y funciones del chofer profesional .....             | 196 |
| Tabla 105: Inversión total .....                                                 | 199 |
| Tabla 106: Inversión en activos fijos .....                                      | 200 |
| Tabla 107: Inversión total gastos de constitución .....                          | 201 |
| Tabla 108: Detalle gastos de constitución.....                                   | 201 |
| Tabla 109: Fórmula de cálculo del capital de trabajo .....                       | 202 |
| Tabla 110: Costos involucrados anuales- 2013.....                                | 203 |
| Tabla 111: Cálculo capital de trabajo- 2013 .....                                | 204 |
| Tabla 112: Detalle capital de trabajo- 2013 .....                                | 204 |
| Tabla 113: Depreciaciones.....                                                   | 206 |
| Tabla 114: Total costos de producción (\$).....                                  | 207 |
| Tabla 115: Proyección materia prima directa- camisetas bordadas (Prod.).....     | 208 |
| Tabla 116: Proyección materia prima directa- camisetas estampadas (Prod.).....   | 209 |
| Tabla 117: Proyección mano de obra directa (Prod.).....                          | 210 |
| Tabla 118: Detalle General: Proyección mano de obra directa (Prod.) .....        | 210 |
| Tabla 119: Proyección mano de obra indirecta (Prod.).....                        | 212 |
| Tabla 120: Detalle General proyección mano de obra indirecta (Prod.).....        | 212 |
| Tabla 121: Proyección materia prima indirecta- camisetas bordadas (Prod.).....   | 213 |
| Tabla 122: Proyección materia prima indirecta- camisetas estampadas (Prod.)..... | 213 |
| Tabla 123: Proyección- suministros de planta (Prod.).....                        | 214 |
| Tabla 124: Proyección- suministros de oficina (Prod.).....                       | 215 |
| Tabla 125: Proyección- suministros de limpieza (Prod.).....                      | 215 |
| Tabla 126: Proyección- mantenimiento (Prod.).....                                | 216 |
| Tabla 127: Proyección- combustible (Prod.) .....                                 | 216 |
| Tabla 128: Depreciación maquinaria (Prod.).....                                  | 217 |
| Tabla 129: Total gastos administrativos (\$).....                                | 217 |
| Tabla 130: Proyección sueldos personal administrativo (\$) .....                 | 219 |

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 131: Detalle general- proyección sueldos administrativos (\$)..... | 219 |
| Tabla 132: Proyección- servicios públicos (Adm.).....                    | 220 |
| Tabla 133: Proyección- suministros de oficina (Adm.) .....               | 221 |
| Tabla 134: Proyección- suministros de limpieza (Adm.).....               | 222 |
| Tabla 135: Proyección- mantenimiento (Adm.) .....                        | 222 |
| Tabla 136: Proyección- seguros (Adm.) .....                              | 223 |
| Tabla 137: Proyección- arriendo del local (Adm.).....                    | 223 |
| Tabla 138: Proyección- combustible (Adm.).....                           | 224 |
| Tabla 139: Depreciaciones (Adm.) .....                                   | 224 |
| Tabla 140: Total gastos de ventas (\$) .....                             | 225 |
| Tabla 141: Proyección sueldos personal de ventas (\$) .....              | 226 |
| Tabla 142: Detalle general- proyección sueldos de ventas (\$) .....      | 226 |
| Tabla 143: Proyección- publicidad (Vtas.) .....                          | 227 |
| Tabla 144: Proyección- suministros de oficina (Vtas.).....               | 227 |
| Tabla 145: Proyección- suministros de limpieza (Vtas.) .....             | 228 |
| Tabla 146: Proyección- combustible (Vtas.).....                          | 228 |
| Tabla 147: Costos totales .....                                          | 229 |
| Tabla 148: Costos fijos .....                                            | 230 |
| Tabla 149: Costos variables .....                                        | 230 |
| Tabla 150: Costeo directo unitario del producto.....                     | 231 |
| Tabla 151: Cálculo del precio de venta.....                              | 231 |
| Tabla 152: Cálculo del precio de venta al público.....                   | 232 |
| Tabla 153: Comparación de precios de venta de mercado.....               | 232 |
| Tabla 154: Proyección de ingresos del proyecto.....                      | 233 |
| Tabla 155: Proyección consolidada de ingresos del proyecto .....         | 234 |
| Tabla 156: Gastos financieros anuales .....                              | 234 |
| Tabla 157: Inversión y financiamiento .....                              | 235 |
| Tabla 158: Cuota mensual y anual del crédito .....                       | 236 |
| Tabla 159: Amortización del crédito.....                                 | 237 |
| Tabla 160: Cronograma de inversiones.....                                | 238 |
| Tabla 161: Balance general inicial .....                                 | 239 |
| Tabla 162: Proyección estado de resultados del proyecto puro .....       | 241 |
| Tabla 163: Estado de resultados del inversionista .....                  | 241 |
| Tabla 164: Proyección-Balance general del inversionista .....            | 242 |
| Tabla 165: Flujo de fondos del proyecto puro .....                       | 244 |
| Tabla 166: Flujo de fondos del inversionista .....                       | 245 |
| Tabla 167: Flujo de caja neto del proyecto puro.....                     | 247 |
| Tabla 168: Flujo de caja neto del inversionista.....                     | 247 |
| Tabla 169: Cálculo de la TMAR del proyecto puro.....                     | 248 |
| Tabla 170: Cálculo de la TMAR del inversionista.....                     | 248 |
| Tabla 171: VAN del proyecto .....                                        | 249 |
| Tabla 172: Cálculo del VAN positivo – del proyecto.....                  | 250 |
| Tabla 173: Cálculo del VAN negativo – del proyecto.....                  | 250 |
| Tabla 174: VAN del inversionista.....                                    | 251 |

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 175: Cálculo del VAN positivo – del inversionista .....                   | 251 |
| Tabla 176: Cálculo del VAN negativo – del inversionista .....                   | 252 |
| Tabla 177: Cálculo de la TIR – proyecto puro.....                               | 253 |
| Tabla 178: Cálculo de la TIR – del inversionista.....                           | 254 |
| Tabla 179: TIR vs. TMAR.....                                                    | 254 |
| Tabla 180: Flujo de fondos acumulado del inversionista.....                     | 255 |
| Tabla 181: PRI del inversionista .....                                          | 255 |
| Tabla 182: Margen de contribución .....                                         | 257 |
| Tabla 183: Punto de equilibrio anual en cantidades.....                         | 258 |
| Tabla 184: Punto de equilibrio anual en dólares .....                           | 258 |
| Tabla 185: Punto de equilibrio anual en cantidades (Comprobación) .....         | 259 |
| Tabla 186: Punto de equilibrio mensual en cantidades.....                       | 259 |
| Tabla 187: Punto de equilibrio anual en dólares (Comprobación) .....            | 260 |
| Tabla 188: Punto de equilibrio mensual en dólares .....                         | 260 |
| Tabla 189: Consolidado- Punto de equilibrio anual en dólares y cantidades ..... | 260 |
| Tabla 190: Tabla general del punto de equilibrio .....                          | 261 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gráfico 1: Ejemplo de material publicitario.....                             | 9   |
| Gráfico 2: Tipo de empresas .....                                            | 19  |
| Gráfico 3: Conocimiento de material POP.....                                 | 20  |
| Gráfico 4: Conocimiento de empresas productoras y comer. material POP.....   | 21  |
| Gráfico 5: Adquisición de productos publicitarios POP .....                  | 22  |
| Gráfico 6: Mantenimiento de estrategias .....                                | 23  |
| Gráfico 7: Material publicitario solicitado.....                             | 24  |
| Gráfico 8: Satisfacción con el bien o servicio.....                          | 25  |
| Gráfico 9: Frecuencia de utilización de publicidad.....                      | 26  |
| Gráfico 10: Inversión anual en publicidad .....                              | 27  |
| Gráfico 11: Interés por contratar bienes o servicios.....                    | 28  |
| Gráfico 12: Características del servicio .....                               | 29  |
| Gráfico 13: Disponibilidad de pago .....                                     | 30  |
| Gráfico 14: Medios de promoción .....                                        | 31  |
| Gráfico 15: Categorías con más inversión en publicidad.....                  | 39  |
| Gráfico 16: Demanda histórica- Cantón Latacunga (u) .....                    | 47  |
| Gráfico 17: Proyección de la demanda- cantón Latacunga.....                  | 51  |
| Gráfico 18: Proyección de la oferta- cantón Latacunga.....                   | 59  |
| Gráfico 19: Demanda insatisfecha - cantón Latacunga (u).....                 | 60  |
| Gráfico 20: Mercado objetivo .....                                           | 62  |
| Gráfico 21: Cadena de distribución.....                                      | 67  |
| Gráfico 22: Mapa de macro-localización.....                                  | 78  |
| Gráfico 23: Resultados matriz locacional. ....                               | 82  |
| Gráfico 24: Plano de Micro-Localización.....                                 | 84  |
| Gráfico 25: Tela algodón .....                                               | 86  |
| Gráfico 26: Tela pique .....                                                 | 87  |
| Gráfico 27: Materiales para la elaboración - camisetas polo. ....            | 87  |
| Gráfico 28: Proceso de elaboración por área .....                            | 89  |
| Gráfico 29: Flujo grama de trabajo - elaboración camisetas polo .....        | 90  |
| Gráfico 30: Proceso de compra.....                                           | 94  |
| Gráfico 31: Proceso de venta .....                                           | 95  |
| Gráfico 32: Opciones de elaboración de camisetas polo .....                  | 97  |
| Gráfico 33: Distribución física de las oficinas y planta de producción ..... | 141 |
| Gráfico 34: Logotipo de la empresa.....                                      | 168 |
| Gráfico 35. Organigrama estructural.....                                     | 186 |
| Gráfico 36: Punto de equilibrio.....                                         | 262 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Anexo 1: Número de empresas por actividad económica en el cantón Latacunga.. | 270 |
| Anexo 2: Formato y diseño de la encuesta No. 1.....                          | 272 |
| Anexo 3: La Inversión publicitaria en el país está creciendo. ....           | 275 |
| Anexo 4: Precios de observación de la competencia .....                      | 276 |
| Anexo 5: Formato de encuesta No. 2.....                                      | 277 |

## **ABSTRACT**

The main challenge of this project is to identify through market research which is the product model, we plan to produce and market, of this form determines the production and marketing of polo shirts printing and embroidery, that products to be offered a high quality and affordable prices, the analysis consist of eight chapters in which to verify the structure of the market, technical, financial and organizational evaluation.

In the Market Study determined the demand, offer the product under study and its projections, analysis is focused on the existing businesses and educational institutions in the Canton Latacunga, we also analyze the marketing strategy of the product, in the technical study analyzed the factors determining the size of the project and its optimal location in the target market through the study of the infrastructure and resources needed to strategically align our company, Project Engineering determines the necessary requirements of materials, human and other resources that are generated when starting a business, Legal Study chapter determines the creation of rules and regulations according to the nature and economic activity Organizational Study project for creating a functional structure to facilitate the relationship between human resource and get more efficiency.

The last chapters consist of an economic analysis of all conditions of operation, financial study determined the initial investment, production costs, selling and administrative expenses, working capital, project financing, and the pro forma statements financial evaluation of the project in the respective streams analyze what the project, and the point of equilibrium, these chapters determine monetary figures necessary to carry out the implementation of the project.

## **RESUMEN**

El reto principal de este proyecto es identificar a través del estudio de mercado cual es el producto modelo que se piensa producir y comercializar, siendo así se determina la producción y comercialización de camisetas tipo polo en terminado bordado y estampado, productos que se ofrecerán con un alto nivel de calidad y precios accesibles, el análisis de este planteamiento comprende de ocho capítulos en donde se pueda verificar la estructura del mercado, la viabilidad técnica, la organización financiera y su evaluación.

En el Estudio de Mercado determinamos la demanda, oferta del producto en estudio y sus proyecciones, análisis que está enfocado a las empresas e instituciones educativas existentes en el Cantón Latacunga, también analizamos la estrategia de comercialización del bien, en el Estudio Técnico analizamos los factores determinantes del tamaño del proyecto y su localización óptima en el mercado objetivo a través del estudio de la infraestructura y recursos necesarios para poder adecuar estratégicamente nuestra empresa, la Ingeniería del Proyecto determina los requerimientos necesarios de materiales, recursos humanos y otros que se generan al momento de poner en marcha un negocio, el capítulo de Estudio Legal determina la creación de normas y regulaciones acorde a la naturaleza y actividad económica del proyecto y el Estudio Organizacional que permite crear una estructura funcional que faciliten las relaciones entre el recurso humanos y sacar mayor eficiencia de los mismos.

Los últimos capítulos consisten en un análisis económico de todas las condiciones de operación, en el estudio Financiero determinamos la inversión inicial, costos de producción, gastos de administración y ventas, el capital de trabajo, el financiamiento del proyecto, y la proforma de los estados financieros, en la evaluación del proyecto analizamos los flujos respectivos del proyecto, y el punto de equilibrio, es decir estos capítulos determinan las cifras monetarias necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

## INTRODUCCIÓN

En tiempos actuales, la publicidad en el Ecuador cobra importancia, y es más relevante dentro de las empresas y organizaciones pues su correcta implementación permite el desarrollo y rentabilidad que genere las mismas, pues es así que perseguimos el objetivo general de este proyecto que es desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de material publicitario (POP) para Instituciones Educativas y Empresariales en la ciudad de Latacunga.

La idea del proyecto surge de la necesidad existente en cuanto a la prestación de bienes y servicios publicitarios en el cantón Latacunga, pues las empresas, instituciones y personas en general buscan proveedores de otras localidades más competentes en este caso Quito, Guayaquil y Ambato, por ende el desarrollo local se mantiene en un bajo nivel, además de que muchas de estas empresas no tienen un conocimiento avanzado de cómo les puede ayudar la publicidad como estrategia de venta y prestación de servicios, existen centros de asesorías de marketing y publicidad, pero los dueños de las empresas e instituciones tiene temor a invertir, por considerarlo un gasto innecesario, es por ellos que de entre todos los productos analizados como material POP en el mercado, la población tiene preferencia por las camisetas polo, porque estas identifican a la empresas de manera directa, en cambio los bolígrafos, hojas volantes, llaveros, etc., son solo un accesorios ocasional que la población no le toma mucho interés en adquirirlo o en seleccionarlo cuando le obsequien.

En este proyecto realizamos tanto un análisis interno como externo, en el análisis externo se considera la situación actual del Ecuador en cuanto al ámbito publicitario, lo cual refleja que tenemos poca iniciativa para crear e innovar y que los muy pocos profesionales de esta área se encuentran en países que si brindan más oportunidades de aprender y desarrollar capacidades, es esta premisa la que consideramos para invertir en el cantón Latacunga, porque si mantenemos recursos humanos

competentes, es decir, que el cliente tenga la idea del producto con su logo y nosotros lo desarrollamos con nuestros asesores internos desarrollamos la idea, con esto creamos productos diferenciados para cada tipo de empresa, institución y personas en general.

El emprendimiento nacional contribuye al sector económico, donde se favorece creando fuentes de trabajo, mejorando la calidad de vida de las personas, fortaleciendo la cultura empresarial y por sobre todo utilizando lo nuestro, lo de producción nacional, es así que ahora estamos dispuestos a afrontar nuevos retos y oportunidades del mercado, hacer que EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA. , sea una empresa que genere rentabilidad.

Referente a la competencia existente en la localidad, existen centros de confección textil que no cuentan con mano de obra calificada, muchas de ellas poseen maquinas obsoletas y muchos de ellos no pueden acceder a créditos para ampliar sus negocios, lo cual es un limitante para su desarrollo.

## **CAPÍTULO I**

### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

El Estudio de mercado tiene como finalidad identificar un mercado para un bien o un servicio específico, o sea pretende estimar racionalmente el número de consumidores y el nivel de consumo que tendría un producto o un servicio determinado si se lo presenta con cierta característica, a determinados precios y en un determinado período de tiempo

Considerado como la esencia del proyecto, por tanto a este estudio preliminar se le realizará los estudios tanto técnicos, legales y económicos-financieros, cuyo resultado constituye una de las primeras pruebas de viabilidad para la ejecución del proyecto.

Se analizará el mercado, los proveedores, competidores y comercializadores de camisetas tipo polo con publicidad POP en el cantón Latacunga, es por ello que surge la necesidad que de que las empresas conozcan el perfil de sus clientes, para que puedan satisfacer adecuadamente sus necesidades a través de los productos o servicios que ofertan, sin embargo para tener información clara de las nuevas tendencias de consumo, las nuevas necesidades de la población, así como de las empresas, es oportuno realizar estudios de mercado que le permitan identificar esas nuevas necesidades, gustos y preferencias de las personas o empresas que serán los potenciales clientes.

Para nosotros es de gran importancia llevar a cabo este estudio de mercado a través del cual se pueda identificar claramente las necesidades de vestimenta como material publicitario que puedan tener tanto las empresas como las instituciones educativas del cantón Latacunga y permita tomar decisiones al inversionista en forma segura y exacta.

Con esta investigación de mercados nos permitirá enlazar a la empresa con su medio ambiente de mercado, con esto lograremos identificar problemas y oportunidades que marcarán el desarrollo de este proyecto y la determinación del producto a realizarse.

## **1.1 Objetivos del estudio de mercado**

Para llevar a cabo la investigación de mercado es necesario plantear los siguientes objetivos:

### **1.1.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de llevar a cabo un proyecto de creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de material publicitario (POP) para instituciones educativas y empresariales en la ciudad de Latacunga.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

Los objetivos específicos para llevar a cabo el proyecto de creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de material publicitario POP para instituciones educativas y empresariales serán:

- Identificar el deseo y/o necesidad del uso de material publicitario en las empresas e instituciones.
- Segmentar y determinar el mercado meta al cual estará dirigida la empresa.
- Determinar mediante encuesta aplicada, el producto estrella el cual define la naturaleza de nuestro proyecto.
- Cuantificar y ponderar a las empresas e Instituciones Educativas para determinar la demanda real del producto estrella.

- Analizar la oferta histórica y actual del producto, para poder determinar la competencia directa e indirecta.
- Establecer la demanda insatisfecha a través de las respectivas proyecciones de la demanda y oferta para los próximos 5 años.
- Identificar los precios de mercado de empresas similares a la que se plantea en este estudio.
- Establecer Canales de comercialización, para la venta del Producto, con la finalidad de garantizar la permanencia de la nueva empresa en el mercado.

## **1.2 Identificación del producto o servicio**

Siendo el “P.O.P. (Point Of Purchase) Punto de compra” (GUTIERREZ, 2005, pág. 251), “El POP es un soporte valioso porque alerta al consumidor sobre la calidad, el precio, o de los ingredientes con que está preparado un alimento, este material POP es la parte publicitaria que se coloca en un punto de venta, sea una tienda, un supermercado, una licorera y que sirve para promocionar visualmente un producto” (ElComercio, 2005).

Considerando que el material P.O.P. tiene la intención: llamar la atención de los consumidores y aumentar las probabilidades de compra o de uso de los productos o servicios que ofertan las empresas o instituciones conociendo que es un instrumento necesario para su ampliación y crecimiento dentro del mercado.

La identificación del producto ofrecido por la productora y comercializadora de material publicitario P.O.P., está orientada a la creación, elaboración y comercialización de camisetas polo de identificación empresarial e institucional con un servicio adicional de diseño y desarrollo de su idea, de tal manera detallaremos que utilidad tendrá en el mercado que se ha decidido incursionar.

El producto en el que se han decidido incursionar en este proyecto surge del trabajo de campo, a través de la encuesta realizada, en el cual las empresas e instituciones educativas mantuvieron que es el que más uso y beneficio les prestaba, el producto que se detalla a continuación:

- CAMISETAS POLO DE IDENTIFICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL:

Latacunga es un lugar que se encuentra en un proceso de evolución tanto comercial, tecnológico y cultural, en el cual las personas están aceptando con mayor facilidad nuevas tendencias que se dan en el medio al tratar de buscar su propia identidad, lo cual nos permite desarrollar un tipo de camiseta polo en una gran variedad de colores, diseños y tamaños, dependiendo del tipo de empresa que lo desee, es decir, personalizar acorde al requerimiento del cliente, este tipo de camisetas polo brinda una mayor comodidad, flexibilidad y funcionalidad para el trabajo, siendo camisetas polo 100% tela algodón o tela pique y de larga duración que permitan el libre flujo de aire.

Se dice muchas veces ¿Los Empleados llevan puesta la camiseta de su Empresa?, nuestro proyecto se basa en este compromiso laboral, no literalmente sino de la manera de que hoy en día la imagen corporativa es parte de las estrategias empresariales como método para identificar a sus empleados y a sus productos o servicios que ofertan, las empresas están adoptando vestimenta casual de negocios, es por eso que se considera a las camisetas polo no solo como regalos o recuerdos corporativos sino como casuales y cómodos uniformes de trabajo, las camisetas polo van con el logotipo de la empresa en terminado bordado y estampado full color .

En el caso de las instituciones educativas este proyecto beneficia a los estudiantes brindando camisetas de calidad que ayude a mejorar la imagen de su plantel, asegurando que se sienta identificado con la misma y facilitándole la realización de

actividades, con un uniforme Semiformal, y no necesariamente tener que llevar todos los días camisa o blusa al colegio.

Producto que brindará múltiples opciones de usos y funciones haciendo de esta propuesta del concepto POP un reto para hacerlo más cercano, amable y propicio para el uso del consumidor y para que las empresas e instituciones puedan sobresalir entre las demás, de ser vistas y de ser preferidas.

El producto se ofrecerá con un área de impresión o bordado de 10x10cm en el área del pecho y de 10x 6 cm., en el área del brazo, esto por las características específicas que debe brindar esta prenda y también por el cálculo de los materiales directos e indirectos que intervienen en el proceso, que más adelante se detallan con precisión.

Por tal motivo se gestiona el desarrollo de esta propuesta, al identificar un nicho insatisfecho, que busca camisetas polo con publicidad POP con un servicio creativo diferente, referenciando con propuestas innovadoras, con asesoramiento y evaluaciones continuas, siendo parte de las nuevas tendencias publicitarias P.O.P.

### **1.2.1 Características del producto o servicio**

Los constantes cambios en el mundo competitivo, han generado una mentalidad de las mismas características en las personas que buscan bienes o servicios competentes.

Por tal motivo el desarrollo de esta investigación se enfoca a la necesidad existente en el cantón de Latacunga de contar con una empresa que se encargue del estudio, diseño e implementación de camisetas polo con publicidad P.O.P. para la identificación empresarial e institucional con una atención personalizada y de primera mano.

Pero para poder entender la magnitud de este estudio, se debe brindar las características principales como a continuación se manifiesta:

- El P.O.P. es un sistema informativo y publicitario.
- Es un modelo publicitario masivo, creativo y económico.
- Se adapta a las necesidades de cada cliente.
- No tiene limitaciones, solo depende de los intereses del usuario.
- Es un factor diferenciador entre competidores

Las características ya mencionadas son parte de las propiedades de los materiales POP, pero del mismo modo también se debe entender de qué forma beneficia a las empresas e instituciones:

- **Incrementa la imagen del producto:** se puede enviar mensajes completos y claros al consumidor sobre las características y ventajas de su producto o de su marca. Esto representa una gran oportunidad para reforzar la marca.
- **Incrementa ventas:** Este tipo de publicidad ha demostrado tener impacto positivo en el comportamiento de compra de los clientes.
- **Reduce gastos de publicidad:** Ningún comerciante puede anunciar todos los artículos de su tienda por medio de anuncios en periódicos, radio y televisión, empleando material POP dentro de la tienda se anuncian con eficacia las líneas de productos que se venden en la tienda a quienes pasen frente a un local.

La publicidad, diseño y el marketing son herramientas que están planteando alternativas para mejorar la imagen de las empresas y/o sus productos, un estudio sobre las necesidades de las empresas revela que estos medios les permite proyectarse, ya que no son gastos sino inversiones que a largo plazo que generan utilidades.

**Gráfico 1: Ejemplo de material publicitario**



**Fuente:** Catalogo de productos Teyco

### **1.2.2 Clasificación según su relación con el ingreso**

De acuerdo al tipo de productos de publicidad que ofrecerá la nueva empresa, se puede caracterizar a este bien como un bien de tipo suntuario, puesto que las empresas, instituciones o personas naturales que deseen adquirir este material deben contar con un ingreso socioeconómico que les permita acceder a este tipo material publicitario.

Cabe considerar, que estos productos por su naturaleza misma en donde más se los requiere son en empresas e instituciones educativas en donde cumplen un rol informativo tanto productos o servicios que ofrecen, tal como se ha determinado en este estudio.

Las empresas e instituciones deberán tener un control sobre el uso del material para evitar despilfarros, cada empresa mantendrá procedimientos prácticos para la distribución de material.

### **1.3 Investigación de mercados**

“La investigación de mercados es aquella que reúne información necesaria para abordar problemas de mercado, diseña el método para recolectar la información, dirige e implementa el proceso de recolección de datos, analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones” (Kinneer & Taylor, 1998).

Con la investigación de mercados podemos hacer una recopilación, registro y análisis sistemático de los gustos, necesidades, tendencias y preferencias de las empresas e instituciones educativas en cuanto al uso y manejo de material publicitario y publicidad en el cantón Latacunga.

#### **1.3.1 Planteamiento del problema de estudio de mercado**

La utilidad de material publicitario para todas las empresas, instituciones y personas en general es de gran importancia, sin embargo se puede evidenciar que no existe un desarrollo económico de este sector, sobre todo a nivel de las pequeñas ciudades del país como lo es el cantón Latacunga, sino más bien el desarrollo se encuentra concentrado en las grandes ciudades como Quito y Guayaquil, por lo tanto se considera necesario la creación de negocios de oferta de servicios publicitarios en otras provincias como es el caso de este estudio.

Por lo tanto se plantea como problema de investigación, el poder conocer y describir de manera práctica y objetiva, las necesidades de los empresarios y sus intenciones de acceso a algún tipo de publicidad como es la camiseta tipo polo con material POP en el cantón Latacunga, con la finalidad de establecer si es o no viable crear una empresa productora y comercializadora de este material.

### 1.3.2 Necesidades de información

De acuerdo a la naturaleza del proyecto, las necesidades de información que se presentan son las siguientes:

- Conocimiento de la utilidad del material POP
- Gustos y preferencias de los posibles clientes, respecto de los servicios de publicidad.
- Características que deberá tener el producto y servicio.
- Precio de las camisetas y servicio de bordado y estampado.
- Medios de comunicación y publicidad del producto.
- Canales de Distribución.

### 1.3.3 Metodología de la investigación

Para cumplir con los objetivos del estudio de mercado, se desarrollará una investigación de tipo: **descriptiva, de campo y documental** mediante las cuales pretendemos conocer el perfil de los consumidores, poder describir las características de lo que está pasando en el mercado, conocer aspectos comunes que acontecen en el mercado y poder delinear principalmente las características relativas a las 4P's (producto, precio, plaza, promoción/publicidad) entre otras necesidades de información, de forma concluyente y estadísticamente confiable, lo cual permitirá realizar análisis minuciosos a cerca del proceso de elaboración y comercialización del producto a ofrecer, con la investigación de campo se aplicarán todos los puntos importantes, tomando como base que un proyecto y su futura ejecución dependerán del planteamiento del estudio de mercado.

Dentro del planteamiento se hará el diseño del estudio respectivo, tomando en cuenta las siguientes partes:

- Segmentación de mercado.
- Encuesta

- Contenido y objetivo de la encuesta
- Cálculo y selección de la muestra
- Aplicación de la encuesta
- Procesamiento de la información
- Presentación de resultados

Para comprender, analizar e identificar el mercado de comercialización de productos de material publicitario POP, se realiza un análisis mediante una investigación de campo que es fundamental en el proceso del conocimiento del perfil que busca el cliente en el servicio.

### 1.3.3.1 Fuentes de información

**Tabla 1: Técnicas de investigación**

| FUENTES            | TÉCNICA UTILIZADA                | INSTRUMENTOS                                                                        | DIRIGIDO A                                                                                                                                                                                         |
|--------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Primarias</b>   | Encuestas                        | Cuestionario/<br>Formulario                                                         | Empresarios, dueños o responsables dentro de las empresas e instituciones                                                                                                                          |
| <b>Secundarias</b> | Lectura comprensiva, Observación | Reportes, folletos, Estadísticas de Instituciones, Internet, otras Investigaciones. | SuperIntendencia de Compañías-Canton Iatacunga, Subdirección Regional INEC, Asociación de Cámaras de la Producción del Cotopaxi, Cámara de Industriales de Cotopaxi, Cámara de Comercio Iatacunga. |

**Fuente:** propia.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

Para el análisis tanto de la oferta y demanda se utiliza casi exclusivamente fuentes secundarias, las fuentes primarias como la encuesta se las utiliza como instrumento cuantitativo de investigación social, mediante la consulta a un grupo de personas elegidas y sirve para conocer aspectos primordiales como son uso y frecuencia del consumo, si existen empresas que adquieren este tipo de material publicitario y para conocer a través de qué medios realizar la promoción, entre otros factores los cuales nos demostraran a los posibles consumidores potenciales.

#### 1.3.4 Proceso del muestreo

Se ha visto conveniente que la mejor forma para obtener la muestra necesaria para realizar este estudio es la aplicación de la Técnica de “**Muestreo probabilístico aleatorio simple**” (Wikipedia) puesto que los integrantes de la población objetivo están en similares condiciones y por ende pueden participar en una selección muestral con igual probabilidad de ser elegidos.

#### 1.3.5 Segmentación de mercado

El segmento tomado en consideración en este proyecto de factibilidad constituye las empresas registradas en la Súper Intendencia de Compañías del cantón, que son “342” (Supercías, 2012) empresas e instituciones educativas públicas y privadas reconocidas en el Ministerio de Educación del Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi, dato que al año 2011 son “213” (MEC, 2012) instituciones educativas.

Para describir en detalle a la población que será objeto de la investigación de mercado a desarrollarse se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

- **Geográfico:** El mercado objetivo será encaminado a la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga sus parroquias urbanas: Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (La Laguna), Juan Montalvo (San Sebastián), La Matriz, San Buenaventura y sus parroquias rurales: Toacaso, San Juan de

Pasto calle, Múllalo, Tanicuchí, Guaytacama, Aláquez, Poaló, Once de Noviembre, Belisario Quevedo y Joseguango Bajo.

- **Demográfico:** El proyecto está dirigido a la población Latacungeña, principalmente a las empresas comerciales e instituciones educativas.
- **Psicográfico:** en este aspecto, el mercado objetivo estará enfocado a las empresas e instituciones educativas que se preocupan por hacer publicidad periódicamente de los bienes y servicios que prestan, para lo que utilizan material POP como camisetas polo de identificación empresarial e institucional.
- **Comportamiento del usuario:** representan las personas que prefieran usar camisetas tipo polo con un servicio personalizado y de fácil acceso, con excelentes precios, diseños originales y de alta calidad.

No podemos abarcar todo el mercado, es por ello que solamente escogeremos una parte de él y nos enfocaremos a darle la mejor atención posible, de esta manera podemos concentrar las estrategias de comercialización en este segmento determinado, para lo cual se ha utilizado datos de las instituciones anteriormente mencionadas.

### **1.3.6 Tamaño del universo**

El universo al que se pretende aplicar el estudio de mercado se encuentra conformado por las empresas e instituciones educativas del cantón Latacunga, para la obtención del número total de negocios al que se pretende realizar el estudio se ha considerado los datos obtenidos por el Censo Nacional Económico realizado en el año 2009, en el cual se detalla las empresas por sectores o actividad económica que realizan, registrando 6,124 establecimientos, información que se encuentra clasificada por sectores económicos al que corresponden, tal como se muestra en el **Anexo 1.**

### 1.3.7 Tamaño de la muestra

Para el diseño de la muestra se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- **El área de influencia del estudio** en función de la ubicación de negocios, empresas e instituciones educativas se considera un área de estudio comprendida por todo el cantón Latacunga, abarcando así a sus parroquias urbanas y rurales.
- **Porcentaje de error tolerado:** el estudio se lo realizará con un porcentaje de error tolerado del 5%.
- **“Calcular el tamaño de la muestra (n)”** (Echeverría, 2007) en vista de que se desconoce la varianza poblacional, para determinar el tamaño de la muestra nos basamos en el supuesto de que el 50% (p) de los negocios e instituciones educativas invierten en Material Publicitario POP, es decir, en esta investigación se utilizarán los errores más usados en los proyectos de factibilidad, por eso es que suponemos que  $p = 0,5$  y  $q = 0,5$  y representan la probabilidad de que las empresas e instituciones invierta en material publicitario POP como: camisetas polo de identificación empresarial, que son productos de la naturaleza de nuestro proyecto.

#### 1.3.7.1 Estimación de la proporción muestral

En consideración al universo determinado, se tiene un total de 6.124 empresas e instituciones educativas, por lo tanto se trata de una población finita debido a que es menor a 100.000 empresas e instituciones educativas.

Al contar con el dato del universo, se aplica la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NpqZ^2}{pqZ^2 + E^2(N-1)}$$

Dónde:

N = Tamaño del mercado = 6.124

p = grado de aceptación = 0.5

q = grado de rechazo = (1-p) = 0.5

Z = valor de la curva de gauss para un nivel de confianza de 95%; Z= 1.964

E = porcentaje de error tolerado = 5%

Por lo que remplazando en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{6.124(0,5)(0,5)(1,964)^2}{(0,5)(0,5)(1,964)^2 + (0,05)^2(6.124 - 1)}$$

$$n = 381$$

De acuerdo al resultado obtenido el tamaño de la muestra para el número de empresas es de 381 encuestas, que se aplicaran en el cantón Latacunga.

El tamaño de la muestra permitirá obtener información con un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error, será de 381 consumidores, considerando un universo de 6.194 empresas e Instituciones Educativas a nivel urbano y rural quienes podrán ser los potenciales consumidores.

### **1.3.7.2 Repartición de la muestra**

Los lugares en los que hemos planeado realizar las encuestas son:

- Zona comercial del Salto: donde podemos encontrar bancos, cooperativas, operadoras celulares, nuevo centro comercial de la zona, escuelas y colegios.
- Zona comercial de San Agustín: se encuentran ubicadas la mayor cantidad de instituciones públicas como Corte Superior de Justicia, Hospital del IESS, Cámara de Comercio, Súper Intendencia de Compañías, además una gran afluencia de hoteles y restaurantes.
- Zona comercial del Terminal Terrestre del cantón Latacunga: aquí podemos localizar mucha afluencia de negocios, porque es por este sector donde es el punto de tráfico alto tanto de personas y vehículos de Quito, Latacunga y Ambato respectivamente, por aquí atraviesa la Panamericana que es una de las arterias principales de circulación.
- Zona industrial de San Buenaventura: zona donde se localiza las industrias lácteas, ganaderas y florícolas.
- Zona industrial San Felipe: en este sector podemos encontrar una gran afluencia de negocios de tipo automotriz, es decir, aquí se encuentran negocios en donde se brinda servicios a maquinaria pesada, Universidad Técnica de Cotopaxi y otros establecimientos comerciales.

### **1.3.8 Diseño de la encuesta**

Para la obtención de la información requerida dentro de este estudio se ha diseñado un formulario de encuesta, técnica que permitirá recabar información en un tiempo reducido y siguiendo los objetivos que persigue la investigación y las necesidades específicas para conocer el comportamiento de la demanda, necesidades y

expectativas acerca del producto/servicio, se han establecido varias preguntas de opción múltiple, con la finalidad de obtener información certera tanto de las empresas como de las instituciones educativas.

La ventaja que nos brinda esta técnica es que podemos controlar quien contesta la encuesta y también evitar la influencia de otros individuos, detalle que se verá reflejado en el análisis de resultados.

#### **1.3.8.1 Objetivos de la encuesta**

La encuesta a ser aplicada cumplirá los siguientes objetivos:

- Estructurar preguntas que sean objeto de interpretar la situación actual del mercado.
- Determinar centros que ofrezcan material publicitario.
- Reconocer productos de mayor aceptación en el consumidor.
- Conocer gustos y preferencias de los consumidores.

El formato de la encuesta No. 1 se muestra en el **Anexo 2**.

#### **1.3.9 Preparación y análisis de datos**

Para la obtención de los datos, se procedió a la aplicación de las encuestas en las principales empresas del cantón Latacunga, así como en las instituciones educativas, en donde se entregó solicitudes dirigidas a las autoridades tanto de las empresas como de las instituciones para que se permitiera la obtención de información.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, se procedió al análisis de los datos obtenidos, tabulando cada uno de los resultados en una base de datos, de manera que mediante la utilización del SPSS estudiantil se ha podido diseñar tablas y gráficos para cada una de las preguntas realizadas, presentándose los siguientes resultados:

## Análisis de los resultados

El análisis de resultados se muestra a continuación por medio de tablas y gráficos que permiten visualizar de forma más adecuada los resultados obtenidos para cada una de las preguntas aplicadas por medio de la encuesta.

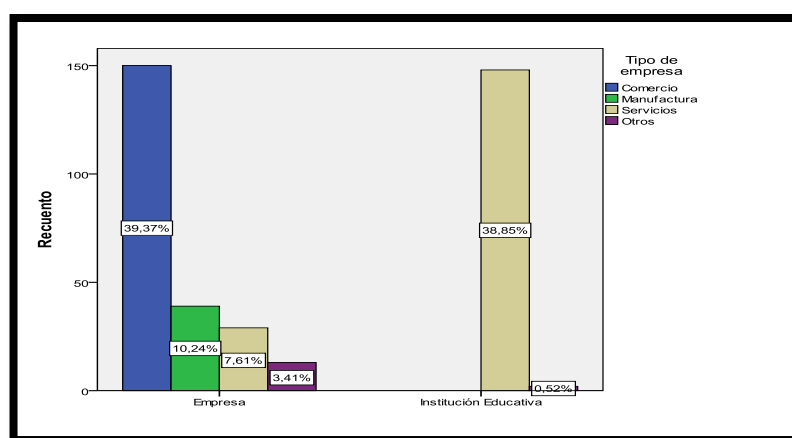
**Tabla 2: Tipo de empresas**

| Educativa o Empresa   | Tipo de empresa |             |           |       | Total |
|-----------------------|-----------------|-------------|-----------|-------|-------|
|                       | Comercio        | Manufactura | Servicios | Otros |       |
| Empresa               | 150             | 39          | 29        | 13    | 231   |
| Institución Educativa | 0               | 0           | 148       | 2     | 150   |
| Total                 | 150             | 39          | 177       | 15    | 381   |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 2: Tipo de empresas**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

## Análisis

La actividad económica principal del cantón de Latacunga es la empresarial de tipo comercial, pues se tiene que el 39.37% de las entidades encuestadas, representan a las empresas de comercio, siendo de menor escala las empresas manufactureras y de servicios, las instituciones educativas, representan el 38.85%, las cuales prestan servicios educativos para la población del cantón.

**Pregunta 1: ¿Conoce usted que es material publicitario POP (Estrategia en el punto de venta)?**

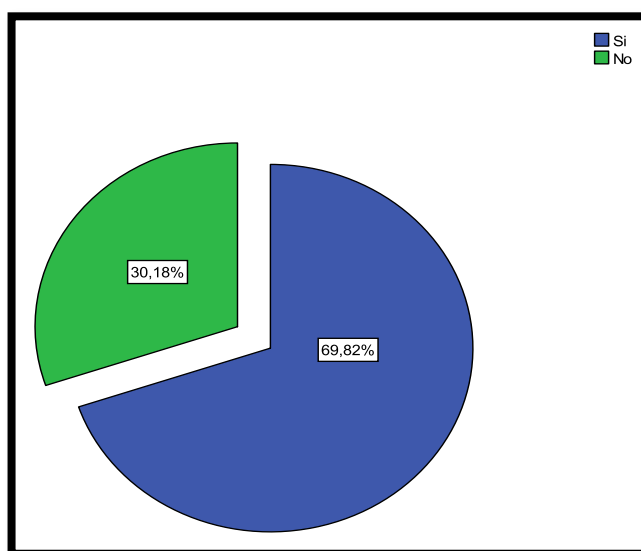
**Tabla 3: Conocimiento de material POP**

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 266        | 69,82      |
| No    | 115        | 30,18      |
| Total | 381        | 100,0      |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 3: Conocimiento de material POP**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

## **Análisis**

En relación al conocimiento de lo que se trata el material POP, se puede establecer que las entidades sean empresas o instituciones educativas, en su mayoría (69.82%) sí conocen de este tipo de material, debido a que alguna vez lo han utilizado, sin embargo existe un 30.18% que no conoce de este tipo de producto.

**Pregunta 2: ¿Conoce usted empresas dedicadas a producir y comercializar material publicitario POP (Estrategia en el punto de venta) en el cantón Latacunga?**

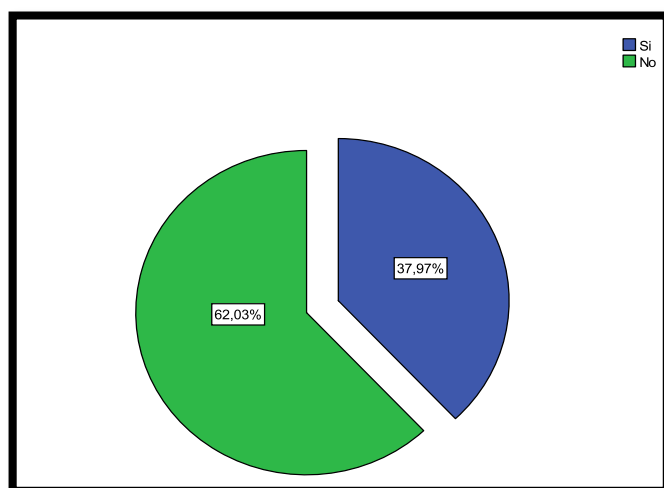
**Tabla 4: Conocimiento de empresas productoras y comer. Material POP**

|  |       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--|-------|------------|-------------------|
|  | Si    | 101        | 37,97             |
|  | No    | 165        | 62,03             |
|  | Total | 266        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 4: Conocimiento de empresas productoras y comer. material POP**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

### **Análisis**

Las entidades encuestadas manifiestan en su mayoría (62.03%) que no conocen de empresas productoras y comercializadoras de material POP, pues el desarrollo de este tipo de empresas es escaso, mientras que el 37.97% manifiesta que si conoce pues establecen que son muy pocas las empresas que se dedican a esta actividad dentro del cantón.

**Pregunta 3: ¿La empresa o institución para la que usted presta sus servicios, ha adquirido los productos publicitarios POP o servicios de estas empresas?**

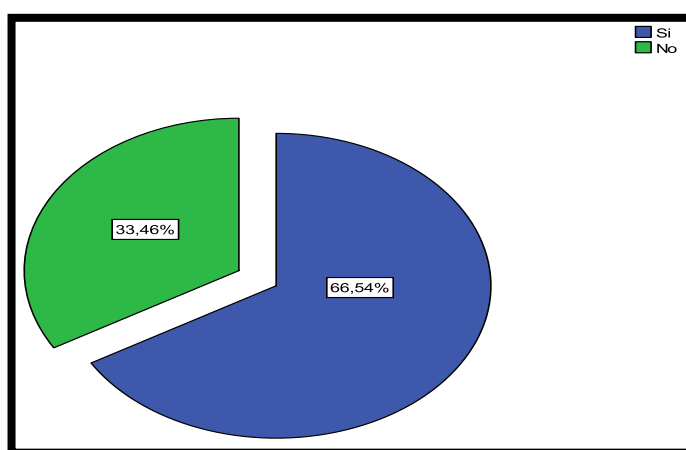
**Tabla 5: Adquisición de productos publicitarios POP**

|       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------|------------|-------------------|
| Si    | 177        | 66,54             |
| No    | 89         | 33,46             |
| Total | 266        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 5: Adquisición de productos publicitarios POP**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

## **Análisis**

La mayoría de la población encuestada manifiesta en un 66.54% que si se acostumbra a adquirir material publicitario de tipo POP para promocionar sus empresas, mientras el 33.46% no adquieren este tipo de productos, pues el desconocimiento de la utilidad que tiene el material POP ha generado que muchas empresas o instituciones no tengan acceso a estos productos.

**Pregunta 4: ¿Conoce usted si la empresa o institución para la cual presta sus servicios mantiene alguna Estrategia de Publicidad sobre los productos o servicios que ofrece?**

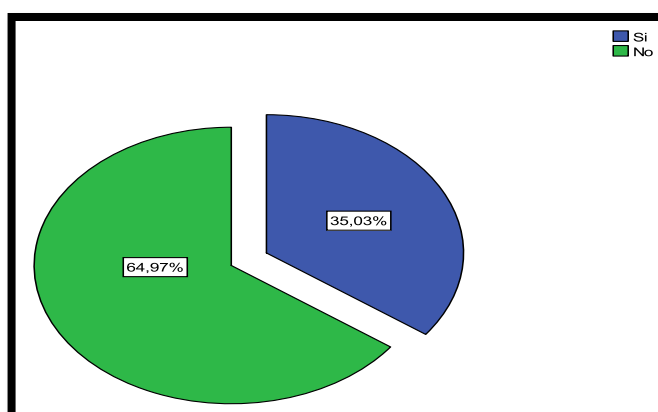
**Tabla 6: Mantenimiento de estrategias**

|  |       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--|-------|------------|-------------------|
|  | Si    | 62         | 35,03             |
|  | No    | 115        | 64,97             |
|  | Total | 177        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 6: Mantenimiento de estrategias**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

## **Análisis**

Acorde con estos resultados, se puede conocer que para las empresas o instituciones del cantón en su mayoría (64.97%) no mantienen establecidas estrategias para poder promocionar y comercializar sus productos, pero el 35.03% consideran que si es necesario mantener estrategias para la promoción y publicidad de su empresa o productos.

**Pregunta 5: ¿Qué material publicitario ha solicitado o adquirido a estas empresas?**

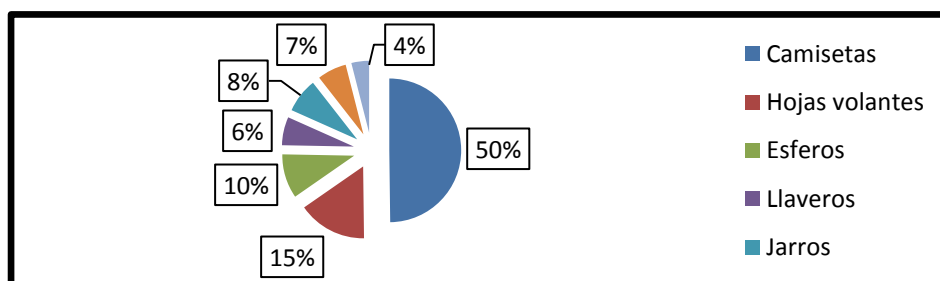
**Tabla 7: Tipo de material publicitario solicitado**

|       |                | Respuestas |            |
|-------|----------------|------------|------------|
|       |                | Nº         | Porcentaje |
|       | Camisetas      | 250        | 49,82%     |
|       | Hojas volantes | 78         | 15,54%     |
|       | Esferos        | 50         | 9,96%      |
|       | Llaveros       | 32         | 6,37%      |
|       | Jarros         | 39         | 7,76%      |
|       | Gorras         | 33         | 6,57%      |
|       | Calendarios    | 20         | 3,98%      |
| Total |                | 502        | 100,0%     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 7: Material publicitario solicitado**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

### **Análisis:**

De acuerdo con los resultados, se puede observar que el producto publicitario de mayor preferencia para las empresas e instituciones son las camisetas (49,82%) lo que permite determinar que este producto será el más ocionado para comercializar la nueva empresa, y en la parte de especificaciones las empresas encuestadas mantiene que su preferencia en relación a camisetas se da por las tipo formal y Semiformal, que permitan identificar al lugar al que pertenecen, es así que como se determina el tipo de camisetas polo.

**Pregunta 6: ¿Estuvo satisfecha su empresa con el bien o servicio de publicidad POP recibido?**

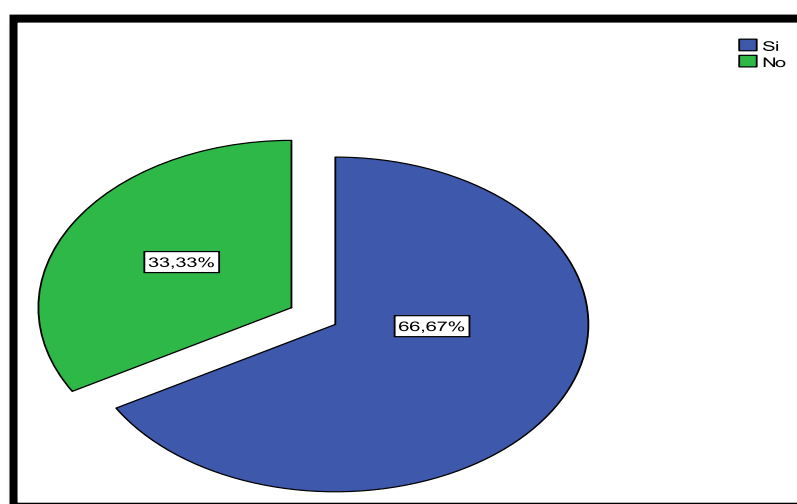
**Tabla 8: Satisfacción con el bien o servicio**

|       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------|------------|-------------------|
| Si    | 118        | 66,67             |
| No    | 59         | 33,33             |
| Total | 177        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 8: Satisfacción con el bien o servicio**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

### **Análisis**

La satisfacción con el servicio de publicidad brindado por las empresas ha tenido en su mayoría 66.67% de aceptación, mientras que el 33.33% establecen que no han sido totalmente satisfechos con los servicios y productos recibidos por parte de las empresas de publicidad del cantón.

**Pregunta 7: ¿Con qué frecuencia utiliza publicidad para promocionar su institución o empresa?**

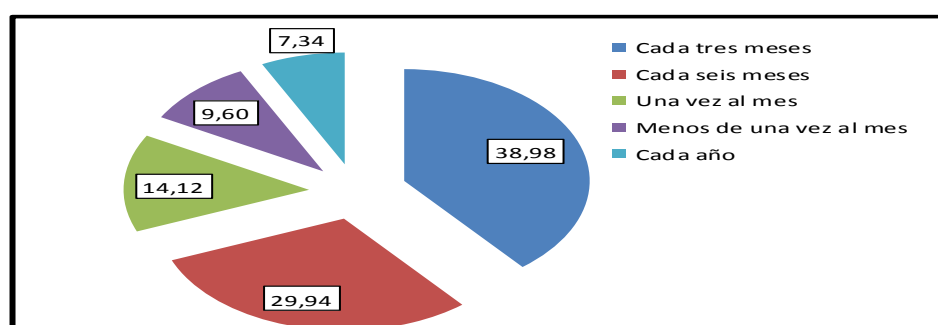
**Tabla 9: Frecuencia de utilización de publicidad**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Cada tres meses       | 69         | 38,98             |
| Cada seis meses       | 53         | 29,94             |
| Una vez al mes        | 25         | 14,12             |
| Menos de 1 vez al mes | 17         | 9,60              |
| Cada año              | 13         | 7,34              |
| Total                 | 177        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 9: Frecuencia de utilización de publicidad**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Análisis:**

Tanto las empresas como las instituciones educativas tienen una frecuencia de uso de la publicidad de acuerdo a los presupuesto que se fija para los gastos destinados a este rubro, siendo así existe una mayor consumo cada 3 meses, con una participación del 38.98%, seguido de un consumo semestral con un porcentaje de 24.29%, lo que quiere decir que las empresas e instituciones realizan e invierten en publicidad por lo general de dos a cuatro veces al año, siendo este un buen indicador para la creación de la empresa de publicidad y material POP, puesto que existen empresas que demandan consecutivamente este tipo de publicidad en estos materiales, existen además otras empresas que tiene una demanda mensual, que es poco frecuente y una demanda anual que representa ser muy escasa.

**Pregunta 8: ¿Cuál fue el monto anual destinado a bienes o servicios que recibió de la empresa de publicidad?**

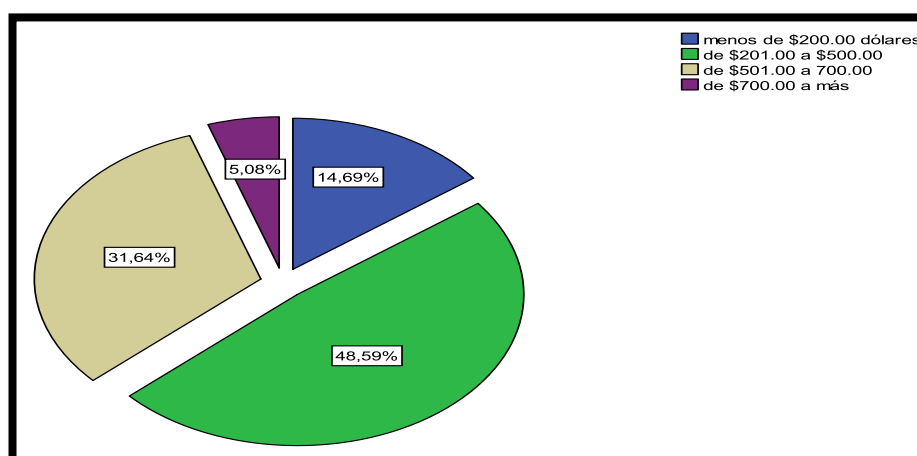
**Tabla 10: Inversión anual en publicidad**

|                           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------------|------------|-------------------|
| menos de \$200.00 dólares | 26         | 14,69             |
| de \$201.00 a \$500.00    | 86         | 48,59             |
| de \$501.00 a 700.00      | 56         | 31,64             |
| de \$700.00 a más         | 9          | 5,08              |
| Total                     | 177        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 10: Inversión anual en publicidad**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

## Análisis

El 48.59% de las empresas o instituciones educativas afirman utilizar un presupuesto que se encuentra en un rango de \$201.00 a \$500.00 dólares al año, seguido de un 31,64% que destinan un capital de \$501.00 a \$700.00 dólares al año, esto implica que las empresas destinan un presupuesto muy bajo para publicidad al año, esto puede deberse al desconocimiento de los beneficios de implementar este tipo de publicidad.

**Pregunta 9: ¿Su empresa o institución estaría interesada en contratar bienes o servicios de una empresa comercializadora de material publicitario POP aquí en Latacunga?**

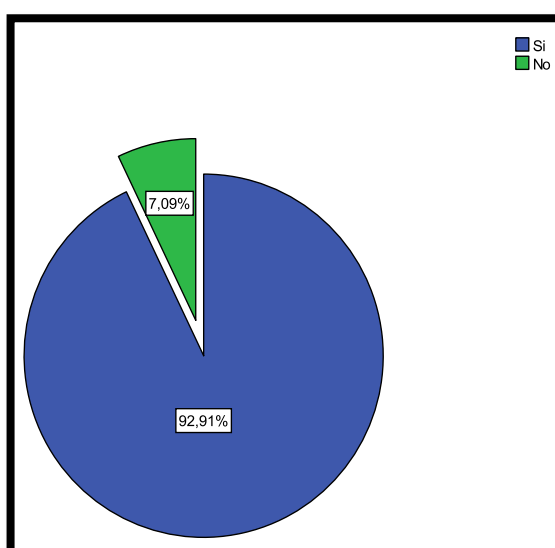
**Tabla 11: Interés por contratar bienes o servicios**

|       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------|------------|-------------------|
| Si    | 354        | 92,91             |
| No    | 27         | 7,09              |
| Total | 381        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 11: Interés por contratar bienes o servicios**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

## **Análisis**

Las empresas e instituciones encuestadas afirman que si desearían contratar los servicios de una empresa comercializadora de material POP en un 92.91%, y las que no desean se encuentran con una participación de 7.09%, esto es una tentativa positiva para la decisión de poner en marcha la creación de la empresa de publicidad.

**Pregunta 10: ¿Cuáles son las características por las que su empresa accedería a los productos y servicios de una empresa de material POP?**

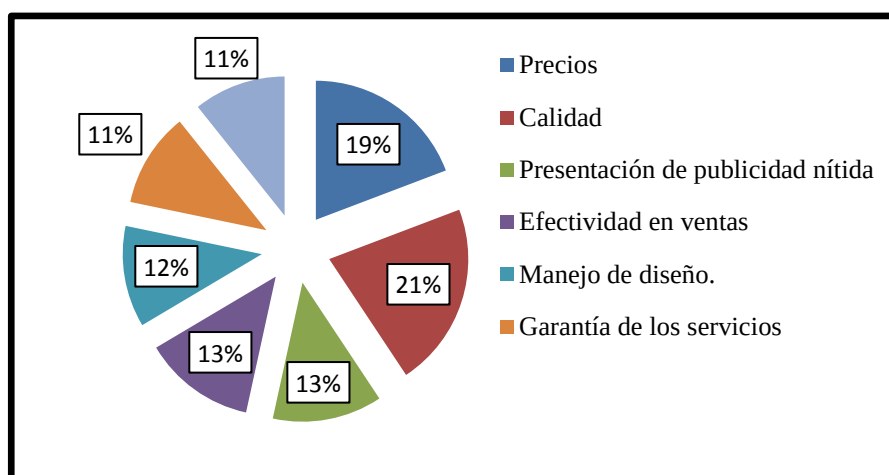
**Tabla 12: Características del servicio**

|       |                                     | Respuestas |            |
|-------|-------------------------------------|------------|------------|
|       |                                     | Nº         | Porcentaje |
|       | Precios                             | 199        | 19,22%     |
|       | Calidad                             | 222        | 21,50%     |
|       | Presentación de publicidad nítida   | 132        | 12,8%      |
|       | Efectividad en ventas               | 135        | 13,0%      |
|       | Manejo de diseño.                   | 122        | 11,78%     |
|       | Garantía de los servicios           | 114        | 11,0%      |
|       | Cumplimiento en el tiempo requerido | 111        | 10,7%      |
| Total |                                     | 1035       | 100,0%     |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 12: Características del servicio**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

## Análisis

Las empresas y las instituciones educativas, buscan calidad con un 21,50%,; precios con 19.22%, que son los factores principales para acceder a los servicios de publicidad POP.

**Pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos y servicios de publicidad que le ofrecería la nueva empresa?**

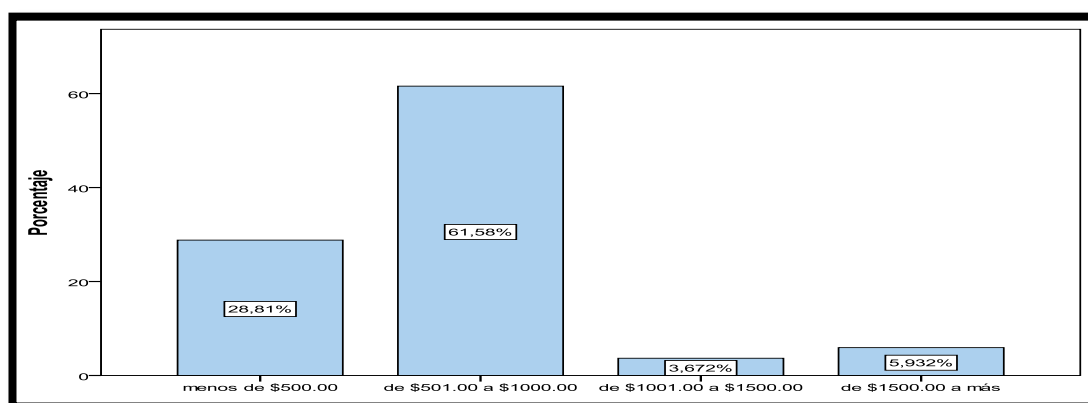
**Tabla 13: Disponibilidad de Pago**

|                          | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------|------------|-------------------|
| menos de \$500.00        | 102        | 28,81             |
| de \$501.00 a \$1000.00  | 218        | 61,58             |
| de \$1001.00 a \$1500.00 | 13         | 3,672             |
| de \$1500.00 a más       | 21         | 5,932             |
| Total                    | 354        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 13: Disponibilidad de pago**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## Análisis

La disposición a pagar por parte de las empresas e instituciones educativas se encuentra en un rango de \$501.00 a \$1000.00 dólares con un 61.58%, seguido de invertir menos de \$500.00 dólares con un porcentaje de 28.81% al año, por lo que se puede determinar que si existe una buena disposición para pagar por los servicios de publicidad y material POP.

**Pregunta 12: Mediante ¿qué medios publicitarios le gustaría enterarse de los servicios de este tipo de empresas?**

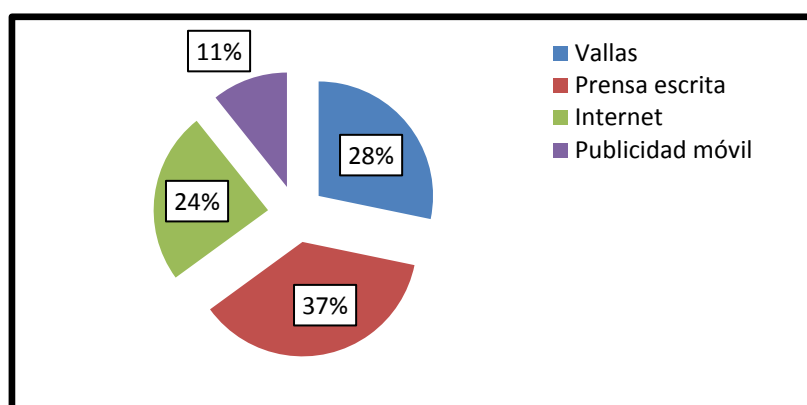
**Tabla 14: Medios de promoción**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| Vallas           | 100        | 28,25             |
| Prensa escrita   | 130        | 36,72             |
| Internet         | 86         | 24,29             |
| Publicidad móvil | 38         | 10,74             |
| Total            | 354        | 100,0             |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Gráfico 14: Medios de promoción**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## **Análisis**

La mayor parte de las empresas e instituciones educativas desean enterarse de este tipo de servicio de publicidad POP mediante Prensa escrita (36.72%) en Latacunga corresponde al diario de mayor circulación “La Gaceta”, seguido Vallas (28.25) como otro medio de comunicación directo con la población.

### **Conclusiones de la encuesta realizada:**

- A través de la aplicación de la encuesta en las diferentes empresas e instituciones del cantón Latacunga hemos podido verificar cierta información que será de vital importancia al momento de realizar el estudio tanto de la oferta como de la demanda y la misma determinación del producto que seleccionamos para producir y comercializar en nuestro mercado objetivo.
- Pudimos determinar que la actividad principal que aporta al crecimiento económico de este cantón son las industrias, empresas y microempresas tanto de comercio al por mayor y menor, manufactura y servicios que son las que más generan tanto fuentes de trabajo como bienes o servicios que se ofertan en este cantón y en otras ciudades.
- Se logró establecer que la población tiene un incipiente desarrollo en cuanto al sector publicitario se refiere, en si solo las grandes empresas y con sucursales en otras ciudades son las que generan más movimiento en este sector, los medianos y pequeños negocios se manejan con una publicidad artesanal, sin el correcto uso y conocimiento de los beneficios que les puedan proporcionar el usar material publicitario como un ente diferenciador entre negocios y más que todo brindarles la posibilidad de que más gente conozca lo que oferta y sus características o beneficios.
- Las empresas de publicidad o similares a ellas que existen en el cantón Latacunga son limitadas, en cuanto a número como a productos que ofrecen, ante esta deficiencia en este sector las empresas, negocios o personas que si desean dar a conocer lo que producen o comercializan han optado por buscar lo que necesitan en otras ciudades, principalmente en Quito y Guayaquil, en donde existe una gran oferta tanto de material primas como de productos elaborados.
- En el cantón Latacunga existen empresas de publicidad pero no siempre son las que producen los bienes, la mayoría solo actúa de intermediarios de las grandes empresas de publicidad que existen en otras ciudades, esto no solo ha dificultado

la búsqueda y cotización de productos sino también que los tiempos de entrega son muy extensos y ha generado que los precios se encarezcan en el proceso de distribución hasta el cliente final.

- Todas las empresas, desde la más pequeña a la más grande necesitan publicidad aunque no en la misma magnitud, es por ello que algunas empresas a falta de este factor han quebrado porque no dan a conocer lo que realizan y porque no tienen fundamentos y estudios de sus negocios con el cual puedan determinar si su negocio es viable o no en el sector que decida ubicarlo.
- Las empresas solicitan una infinidad de material publicitario POP que en la mayoría de veces las cotizaciones les llegan proveedores externos y muy pocas de proveedores locales diferenciándose por la calidad, precios y servicio que brindan, siendo lo que más solicitan camisetas, que son las que más rápido dar a conocer bienes o servicios.
- La Publicidad mueve dinero y su frecuencia de uso es muy continua, se podría decir que diaria, en todos lados, en cada esquina, cada papel, cada letrero, cada anuncio representa una estrategia de venta de las empresas, y hoy en día que las empresas tiene asesores comerciales que realizan preventas, ventas, servicios a domicilio, visitas, eventos es en donde más se logra dar a conocer a una empresa, producto o servicio.
- Es por todos estos factores estudiados y analizados que se ha decidido incursionar en este nuevo proyecto, que después de verificar las necesidades y requerimientos hemos optado por ser productores y comercializadores de camisetas polo de identificación empresarial e institucional, que son los productos que más demanda genera en el mercado local y que menos oferta existe de los mismos.
- Con la interpretación de resultados de la encuesta logramos determinar que el producto que mayor impacto tiene conforme a los requerimientos de los demandantes son las camisetas, sin embargo lo que nuestro proyecto busca es producir y comercializar un producto diferenciado con similares características de

calidad al producto de uso común, ya que camisetas existe gran variedad en el mercado en material poli algodón, tanto en modelos, colores, y diseños que son producidos en serie, sin dar exclusividad al cliente.

- Nuestras camisetas serán elaboradas de una manera diferente considerando gustos y preferencias de nuestro mercado objetivo, brindando satisfacción en cuanto a calidad, precios, y originalidad en la elaboración del diseño.

## **1.4 Análisis de la demanda**

“La demanda para un determinado producto, representa las diferentes cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado” (Hernández A. , 2005, pág. 48)

La demanda deberá medir ¿cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a Camisetas Polo con Publicidad POP?, así como establecer la posibilidad de un servicio con valor agregado en la satisfacción de dicha demanda. La demanda de camisetas polo en el cantón Latacunga es muy alta, tanto por el crecimiento de la población como por el auge de nuevas empresas con diversas propuestas en bienes o servicios, lo que origina la necesidad de utilizar herramientas para su difusión, reconocimiento y estabilidad en el mercado, la demanda exige una rápida solución a las necesidades existentes y es debido a esta inmediata respuesta lo que significará la oportunidad de ganar participación en el mercado del cantón Latacunga

Por esta razón la demanda está integrada por:

- Los deseos y/o necesidades sentidas
- El poder adquisitivo
- Las posibilidades de compra
- El tiempo de consumo
- Las condiciones ambientales de consumo

“Sin cierto sentido de la relación funcional que existe entre las ventas y los gastos de publicidad es difícil dar a conocer cuánto se debe gastar en publicidad, bajo estas condiciones, las compañías tienden a recurrir a reglas sencillas para fijar el presupuesto de publicidad que puede resultar satisfactorio en la práctica pero no es probable que represente un nivel óptimo” (Real & Toapanta, 2010, pág. 19)

Se determina que no es relevante establecer un método para fijar el presupuesto de publicidad, puesto que es muy difícil conocer si una empresa está gastando la cantidad correcta en ella, como lo es el caso de las compañías que mantiene gastos excesivos en publicidad como medio para mejorar su imagen o el caso de las empresas que han decidido reforzar la fuerza de ventas para generar pedidos a través

del uso del merchandising en el punto de venta, a veces sin un previo estudio podría significar un gasto antes que una inversión.

**El análisis de la demanda nos permite conocer:**

- La estructura del consumo.
- Volumen de venta del producto o servicio
- La estructura de los consumidores.
- Cuantificación de los consumidores
- Temporadas que ocasionan la demanda
- Necesidades potenciales o latentes
- Potencial de mercado.

La demanda está integrada por todos los deseos humanos respaldados por el poder adquisitivo siendo así: existirá demanda de nuestro producto si hay personas, empresas e instituciones que lo deseen y que estén dispuestos a pagar por los mismos, bajo las características o condiciones especificadas.

El comportamiento del consumidor implica las diversas actitudes que tienen los compradores frente a la adquisición de un producto o servicio, esta conducta la demuestran cuando buscan, compran, usan, evalúan y desechan productos o servicios, los cuales fueron adquiridos para satisfacer sus necesidades y están en función de la edad, grado de educación, ingresos, etc.

**1.4.1 Estados de la demanda**

Se analiza los estados de la demanda con el fin de llegar a los fines organizacionales, de acuerdo con el propósito de satisfacer a nuestro mercado meta.

- *Demanda negativa:* cuando al mercado no le agrada determinado producto o servicio que se desea introducir, se debe identificar el problema de porque el consumidor no se siente a gusto, en este caso se tendrá que rediseñar el producto y hacerlo atractivo a las necesidades del consumidor.

- *Ausencia de demanda:* el consumidor demuestra indiferencia o falta de interés por el bien o servicio, se debe buscar las formas de motivar para que el producto se haga más atractivo hacia el público, dándole un servicio adicional el cual le llegue a motivar su consumo.
- *Demanda Latente:* no existe un producto que satisfaga las necesidades del consumidor, es por ello que se realiza el estudio de mercado para conocer qué es lo que el consumidor realmente necesita, tomando en cuenta el volumen del mercado.
- *Demanda Decadente:* todo producto promocional publicitario está en relación con la temporalidad, es decir tienen una demanda cíclica o estacional, por ello se debe adicionar características nuevas al producto para así seguir motivando su compra.
- *Demanda Irregular:* es la fluctuación de las ventas de determinado producto en el mercado, aquí se debe tratar de incentivar al consumidor para que realice la adquisición. Está sometida a los gustos y preferencias de los consumidores.
- *Demanda Plena:* las organizaciones se sienten satisfechas con el volumen de negocios, se debe aumentar o mejorar la calidad del bien o servicio para mantener el volumen actual frente al cambiante gusto del consumidor.
- *Demanda Rebosante:* cuando una empresa tiene mayor demanda de lo que produce, la empresa reduce temporal o permanentemente la demanda, elevando precios y reduciendo promociones y servicios.
- *Demanda de Productos Nocivos:* el consumidor adquiere productos e ideas nocivas para la sociedad, los instrumentos para rechazar este tipo de demanda es a través de publicidad de difunda precaución.

#### **1.4.2 Análisis de la situación de mercado**

La publicidad ha sorteado muchos retos desde crisis económicas hasta enfrentarse a la falta de identidad propia, a la falta de confianza en el talento nacional teniendo que dar un giro de 360% y aun así su evolución continua, cada vez más empresas y personas que se capacitan y se atreven a más cosas, es por eso que en Ecuador existe aún mucho terreno fértil en la que hay muchas cosas por hacer, demostrar que hay capacidades de hacer y hacerlo bien.

Según un estudio realizado por la empresa de estadísticas publicitarias Infomedia, el Ecuador mantiene un desarrollo creativo restringido las causas se deben a que el mercado es conservador y que el poder adquisitivo es limitado, considerando que más del 20% de la población vive en extrema pobreza, lo cual restringe que la gente pueda usar los recursos que tiene a disposición.

La crisis económica-financiera nacional y mundial ha llevado a que las empresas reduzcan sus presupuestos en publicidad como resultado de la disminución de sus ventas, las nuevas políticas adoptadas por los gobernantes junto con el incremento de aranceles a las importaciones y la restricción a importar ciertos artículos han generado que agencias de publicidad en el país se enfrenten a nuevos retos de creatividad más exigentes y con resultados a corto plazo, todo a un precio más bajo. La publicidad cumple un rol importante dentro del Ecuador tanto así que es el medio por el cual las campañas de los políticos tienen éxito y ha logrado llevarlos y mantenerlos en el poder, por eso muchos de los políticos de nuestro país viven en constantes campañas.

El desarrollo de este sector se da en mayor proporción en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil, donde existe una mayor concentración de empresas de este tipo y con una mayor diversidad de productos.

**Gráfico 15: Categorías con más inversión en publicidad**



**Fuente:** Infomedia.; EL COMERCIO, 2012

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### Anexo 3

Lo que antes era considerado una labor artesanal sin el uso adecuado de las herramientas, hoy la tecnología brinda múltiples posibilidades de crear e innovar y de generar cambios en esta área con visión de negocio y de generar ingresos en las ventas.

Eve Cerón, Coordinadora de Marketing de la UTE comenta: “Las empresas deben verse casi obligadas a separar cierto rubro de su presupuesto para asignar a la publicidad y la promoción. Si se genera la cantidad de ventas esperada, esta inversión es recuperable en un tiempo determinado. Los canales de distribución o tiendas no van a promover un producto que no tenga un soporte publicitario. Un tendero no venderá lo suficiente si la empresa no envía un afiche, un exhibidor, una mesa, o un rótulo en donde se alerte al consumidor que se tiene ese producto con varias características específicas” (Ceron, 2005)

Al ser Latacunga una ciudad en pleno desarrollo comercial, turístico, educativo y empresarial, se ha tomado como base para el estudio de factibilidad, ya que se trata de brindar un producto competente y que cubra las necesidades de los usuarios.

Pero se debe mencionar que en el cantón existen varias empresas dedicadas a la publicidad, el marketing, la rotulación, el diseño, confección, entre otras, las cuales no han concretado un servicio base, de acuerdo a las exigencias de su grupo meta y de manera empírica han prestado servicios sin considerar el análisis o el estudio de acuerdo a las insuficiencias existentes en el mercado

### **1.4.3 Factores que condicionan la demanda**

Los factores que afectan a la demanda de camisetas polo en el mercado son la población consumidora, precios de los productos, la renta o ingresos de los consumidores y los gustos y preferencias de los consumidores, factores que marcan un punto decisivo entre la decisión de consumir o no los productos.

- **Población**

Para nuestro proyecto la población está definida por el número de empresas e instituciones educativas que se encuentren localizadas en Latacunga y sus periferias, esto afecta claramente la curva de la demanda puesto que la publicidad acumula clientela y da prestigio ante el mercado y las empresas o instituciones reciben mayores ganancias.

También podemos encontrar empresas o industrias por el tipo de actividad que predomina en la región: como son Industrias Lácteas y ganaderas, Florícolas, Agroindustria y una amplia gama de instituciones Educativas, empresas que de una otra manera se ven inmersos en gastos de publicidad, promoción al ofertar sus productos o servicios en el mercado local, regional, nacional e internacional.

- **Precio**

Los precios fijados en el mercado lo determinan las empresas que ya están consolidadas al igual que las microempresas como confecciones textiles y que mantienen una trayectoria, con una amplia diversidad de material publicitario y camisetas, lo cual les ha dado la posibilidad de poder manejar los precios acorde a su

perspectiva ganancia fijada, en nuestro caso al mantener competidores directos tanto a nivel local como regional tomaremos en cuenta los precios existentes y no rebasaremos el tope de ganancia que deseamos obtener, porque debemos recuperar todo los costos de inversión.

La adquisición de material publicitario a determinado precio, origina que la curva de la demanda tenga un desplazamiento, considerando que lo que se adquirió proporcione información sobre la existencia del producto de las empresas, persuada a los consumidores de comprar el producto o a su vez proporcione información de la calidad, precios, promociones y ofertas de los productos.

- **Renta**

Hacemos referencia a los ingresos que tengan los consumidores en nuestro caso los ingresos de las empresas e instituciones educativas, porque cuando tengan un mayor ingreso la demanda de nuestros productos podrá ser en mayor cantidad o de forma más continua.

- **Gustos y preferencias**

Con la presente investigación se podrá conocer el nivel de consumo de camisetas polo y por ende la preferencia de los consumidores por el producto que vamos a ofrecer en este mercado, los consumidores adaptan sus gustos y preferencias a ciertas características básicas como lo es el precio del bien o servicio, la calidad de los mismos y la disposición inmediata para conseguirlos, cabe recalcar que si un producto no se ajusta a las necesidades de los clientes simplemente muere y sale del mercado, es por ello que vamos a brindar un producto con un servicio innovador en cuanto a la elaboración de diseños y logos, es decir, trabajaremos en la idea principal que el cliente quiere plasmar de su empresa o negocio en particular.

El manejo de estos factores permite establecer la situación actual de demanda de camisetas polo, nos permite tener una idea de su trayectoria histórica y determinar la proyección de la misma.

Todos estos factores ayudan a canalizar variables determinantes para conocer la viabilidad de nuestro proyecto y para ir desarrollando las necesidades tanto de precio, calidad, eficiencia y diversidad en las cuales debemos basarnos y proyectarnos.

#### 1.4.4 Tamaño y crecimiento de la población en estudio

“La provincia de Cotopaxi cuenta con 409.205 habitantes, de los cuales 170.489 están localizados en el Cantón Latacunga” (INEC, 2012), y en cuanto al número de empresas e instituciones educativas al año 2011 es de 555 unidades y el tamaño del crecimiento anual es del 1.75%, con estos datos podemos pronosticar el crecimiento poblacional anual de la demanda en este proyecto, se utiliza la siguiente fórmula:

##### Nomenclatura

$$P_t = P_o (1+r)^t$$

P<sub>t</sub>: población en el año “t” que vamos a estimar

P<sub>o</sub>: Población en el Año base conocida

R: tasa de crecimiento anual

T: número de años entre el año base “0” y “t”

**Tabla 15: Proyección de la población- Cantón Latacunga**

| AÑO  | POBLACIÓN | % CRECIMIENTO |
|------|-----------|---------------|
| 2011 | 555       |               |
| 2012 | 575       | 1,04          |
| 2013 | 605       | 1,05          |
| 2014 | 649       | 1,07          |
| 2015 | 708       | 1,09          |
| 2016 | 785       | 1,11          |
| 2017 | 871       | 1,11          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

#### **1.4.4.1 Hábitos de consumo**

Se entiende por hábito aquello que una persona cumple más o menos de forma continua, y su relación con la demanda se establece a partir de aquello que acostumbra adquirir y consumir, el hábito de consumo está dado por las buenas prácticas de hacer promoción y publicidad en las empresas e instituciones y que sus exigencias estén dadas en consumir productos de calidad, novedosos e innovadores y que puedan cumplir con las exigencias del mercado meta.

- **Lugar habitual de compra**

Los bienes que vamos a ofrecer se lo podrá adquirir directamente en su planta comercializadora, sin necesidad de intermediarios y estaremos ubicados en una zona comercial del cantón Latacunga en el cual se pueda dar pronta solución a las exigencias de los consumidores.

- **Razones de uso y selección**

Entre las razones de uso y selección de nuestros productos predominan los precios, la calidad y la presentación de una publicidad nítida logrados a través del servicio innovador de diseño de logotipos y marcas, para que las empresas e instituciones puedan ofertar sus productos o servicios de una manera clara, oportuna y directa.

- **Frecuencia y ocasiones típicas de compra y consumo**

La frecuencia está determinada por las veces que el consumidor demande material publicitario, tal como lo determina la encuesta del estudio de mercado realizado para este tipo de productos publicitarios en el cantón Latacunga, en el cual se estima que

la mayor frecuencia de consumo está dada de dos a cuatro veces por año, las ocasiones típicas de consumo son: fiestas corporativas, uso diario de fuerza de ventas y de personal de planta, eventos públicos, presentación de productos, actos deportivos, fechas conmemorativas, fiestas cívicas, obsequios a clientes, iniciación de clases en centros educativos, etc., es decir, se manejará unas ventas estacionales, donde acorde a la región y al tipo de evento subirá o bajará su demanda.

- **Forma de pago**

La forma de pago considerada para la nueva empresa con su respectiva oferta de productos está determinada de la siguiente manera:

- De Contado al 100% sea en efectivo o cheque
- 50% abono con efectivo o cheque, 50% contra entrega.
- 50% abono con efectivo o cheque, 25% contra entrega y 25% con cheque posfechado para un plazo no mayor a 15 días, con esto se evita tener cartera vencida a fin de mes.

- **Tiempo de entrega**

La entrega de cada trabajo se definirá en la cotización y en la orden de trabajo en días laborables, el plazo de elaboración se contará a partir de que el anticipo haya sido efectivizado, el tiempo de elaboración dependerá de la complejidad del trabajo, de la cantidad de productos y de los trabajos que ya estén en proceso de fabricación ingresados bajo orden de compra.

#### **1.4.5 Comportamiento histórico de la demanda**

Para este proyecto es imprescindible conocer el comportamiento del consumo de camisetas polo, información que ha sido determinada mediante la cantidad de Instituciones educativas y empresariales que existen en el Cantón Latacunga para posteriormente analizar y calcular el consumo promedio de cantidades por persona, es decir que el número de unidades consumidas se obtienen de fuentes secundarias como una observación de campo.

Para obtener la cantidad de Instituciones Educativas que tenemos en el cantón Latacunga se está considerando a las instituciones educativas públicas y particulares en niveles desde el jardín, escuela hasta colegio, en cuanto a su naturaleza son: fiscales, fisco misionales, particulares y municipales que se encuentran registradas en el Ministerio de Educación con el respectivo número de estudiantes en cada año escolar.

Y para obtener la cantidad de empresas que tenemos en el cantón Latacunga se está considerando a las empresas del sector público y privado de toda naturaleza que corresponden a grandes, medianas, y pequeñas empresas legalmente constituidas y registradas en la Superintendencia de compañías hasta el año 2011 con su respectiva cantidad de empleados, este dato se lo tomó de la Dirección de Estudios Económicos de la Superintendencia correspondiente al Cantón Latacunga.

En el caso de las instituciones educativas; el consumo de camisetas polo sea pique o algodón son de uso necesario y obligatorio; ya que tienen un comportamiento empírico y es reglamentario el uso de uniformes en cada institución, cabe destacar que toda institución educativa labora 5 días a la semana de lunes a viernes, es por eso que hemos dado aleatoriamente un consumo promedio por estudiante de 2 camisetas consumidas durante el año escolar.

Por otro lado tenemos el consumo promedio de camisetas polo pique o algodón en las empresas el mismo que se determina en base a la naturaleza de las mismas ya que todas las empresas tienen como distintivo empresarial su vestimenta durante los 5 días laborables a la semana de los cuales 4 días son obligatorios el uso del uniforme y el último día es opcional, es por este motivo que hemos dado un consumo aleatorio de 3 camisetas consumidas durante el año comercial.

**Tabla 16: Consumo camisetas polo por inst. educativas - cantón Latacunga (u)**

| <b>AÑO</b>   | <b>INSTITUCIONES EDUCATIVAS</b> | <b>ALUMNOS</b> | <b>CONSUMO PROMEDIO CAMISETAS POLO (2)</b> |
|--------------|---------------------------------|----------------|--------------------------------------------|
| 2000         | 253                             | 40614          | 81228                                      |
| 2001         | 263                             | 41292          | 82584                                      |
| 2002         | 268                             | 41773          | 83546                                      |
| 2003         | 272                             | 42373          | 84746                                      |
| 2004         | 275                             | 42954          | 85908                                      |
| 2005         | 317                             | 44102          | 88204                                      |
| 2006         | 319                             | 45407          | 90814                                      |
| 2007         | 215                             | 45036          | 90072                                      |
| 2008         | 219                             | 50509          | 101018                                     |
| 2009         | 223                             | 52834          | 105668                                     |
| 2010         | 217                             | 52707          | 105414                                     |
| 2011         | 213                             | 53209          | 106418                                     |
| <b>TOTAL</b> |                                 |                | <b>1105620</b>                             |

**Fuente:** Ministerio de Educación del Ecuador, Sistema Sime 2011y Amie 2007.

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Tabla 17: Consumo camisetas polo por empresas- cantón Latacunga (u)**

| <b>AÑO</b>   | <b>EMPRESAS</b> | <b>EMPLEADOS</b> | <b>CONSUMO PROMEDIO CAMISETAS POLO (3)</b> |
|--------------|-----------------|------------------|--------------------------------------------|
| 2000         | 81              | 14804            | 44412                                      |
| 2001         | 94              | 15184            | 45552                                      |
| 2002         | 110             | 15734            | 47202                                      |
| 2003         | 130             | 16424            | 49272                                      |
| 2004         | 145             | 17204            | 51612                                      |
| 2005         | 167             | 18095            | 54285                                      |
| 2006         | 182             | 19065            | 57195                                      |
| 2007         | 197             | 20089            | 60267                                      |
| 2008         | 223             | 21411            | 64233                                      |
| 2009         | 248             | 23001            | 69003                                      |
| 2010         | 289             | 25690            | 77070                                      |
| 2011         | 342             | 30190            | 90570                                      |
| <b>TOTAL</b> |                 |                  | <b>710673</b>                              |

**Fuente:** Dirección de Estudios Eco. Súper de Compañías- Cantón Latacunga

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

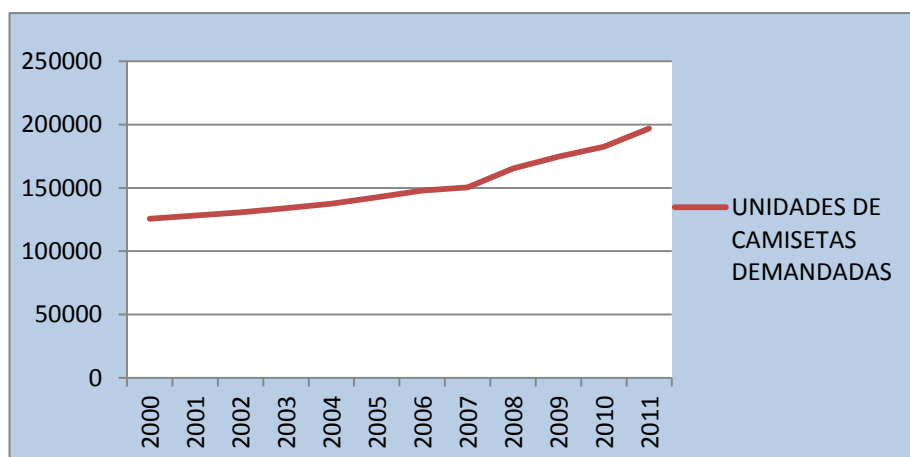
**Tabla 18: Consolidado demanda histórica- cantón Latacunga**

| <b>AÑO</b>   | <b>EMPRESAS E INSTITUCIONES</b> | <b>UNIDADES DE CAMISETAS DEMANDADAS</b> |
|--------------|---------------------------------|-----------------------------------------|
| 2000         | 334                             | 125640                                  |
| 2001         | 357                             | 128136                                  |
| 2002         | 378                             | 130748                                  |
| 2003         | 402                             | 134018                                  |
| 2004         | 420                             | 137520                                  |
| 2005         | 484                             | 142489                                  |
| 2006         | 501                             | 148009                                  |
| 2007         | 412                             | 150339                                  |
| 2008         | 442                             | 165251                                  |
| 2009         | 471                             | 174671                                  |
| 2010         | 506                             | 182484                                  |
| 2011         | 555                             | 196988                                  |
| <b>TOTAL</b> |                                 | <b>1816293</b>                          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

**Gráfico 16: Demanda histórica- Cantón Latacunga (u)**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## Interpretación

Con los datos obtenidos y analizados anteriormente se puede concluir que el comportamiento de la demanda en el cantón de Latacunga mantiene una tendencia

creciente en cuanto al consumo de camisetas polo por parte de las empresas e instituciones que legalmente se encuentran constituidas.

Factor que para nosotros es favorable, ya que nos indica un buen mercado meta al cual podemos abordar dando un servicio de calidad, desde la forma de tratar a nuestro cliente hasta el producto a ofrecer como tal.

En la gráfica podemos apreciar que en los últimos años es en donde más ha tenido crecimiento, esto se debe a que cuando estamos próximos a campañas electorales, los candidatos de los partidos políticos invierten mucho de su capital en camisetas, es decir, esta es temporada alta para las empresas que se dedican a la producción, comercialización y asesoría publicitaria en el país.

Con los datos obtenidos podemos recalcar que el consumo de camisetas a pesar de que ser una, manera de hacer publicidad es también una prenda de vestir y que genera ingresos, brindando la oportunidad de que las empresas se den a conocer a sus clientes potenciales, las empresas consumen e invierten en publicidad y es por ello que hemos decidido implantar nuestro negocio en este mercado

#### **1.4.6 Proyección de la demanda**

Hace referencia al comportamiento que la demanda del producto y servicio pueda tener en el tiempo, en el caso de este proyecto se considera una estimación de vida útil del proyecto de cinco años.

Para proyectar la demanda, es indispensable conocer la evolución histórica, para tener una explicación razonable que justifique la evolución y un planteamiento de la probable constancia o modificación futura de las circunstancias que se han presentado. La proyección de la Demanda se la realizara a través de la ecuación

lineal del tiempo del tipo:  $y = a + b x$ , mediante los mínimos cuadrados o regresión simple, con un periodo base de forma ascendente, los resultados se detallan a continuación:

$$Y = a + b X$$

Y = Variable que se está analizando (consumo)

X = Variable cronológica (Tiempo)

a, b = Parámetros que definen la recta.

**Tabla 19: Cálculo analítico de mínimos cuadrados- demanda camisetas polo**

| AÑO            | (Y)<br>CONSUMO<br>CAMISETAS<br>(UNIDADES) | (X)<br>PERIODO<br>BASE | XY              | X2         |
|----------------|-------------------------------------------|------------------------|-----------------|------------|
| 2000           | 125640                                    | 0                      | 0               | 0          |
| 2001           | 128136                                    | 1                      | 128136          | 1          |
| 2002           | 130748                                    | 2                      | 261496          | 4          |
| 2003           | 134018                                    | 3                      | 402054          | 9          |
| 2004           | 137520                                    | 4                      | 550080          | 16         |
| 2005           | 142489                                    | 5                      | 712445          | 25         |
| 2006           | 148009                                    | 6                      | 888054          | 36         |
| 2007           | 150339                                    | 7                      | 1052373         | 49         |
| 2008           | 165251                                    | 8                      | 1322008         | 64         |
| 2009           | 174671                                    | 9                      | 1572039         | 81         |
| 2010           | 182484                                    | 10                     | 1824840         | 100        |
| 2011           | 196988                                    | 11                     | 2166868         | 121        |
| <b>TOTALES</b> | <b>1816293</b>                            | <b>66</b>              | <b>10880393</b> | <b>506</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### Ecuaciones:

$$1.- \sum y = na + b \sum x$$

$$2.- \sum xy = a \sum x + b \sum X^2$$

**Desarrollo:**

|            |          |   |    |   |   |     |   |     |
|------------|----------|---|----|---|---|-----|---|-----|
| <b>1.)</b> | 1816293  | = | 12 | a | + | 66  | b | -66 |
| <b>2.)</b> | 10880393 | = | 66 | a | + | 506 | b | 12  |

|                |   |          |   |   |       |   |
|----------------|---|----------|---|---|-------|---|
| -119875338     | = | -792     | a | + | -4356 | b |
| 130564716      | = | 792      | a | + | 6072  | b |
| 10689378       | = | 0        | a | + | 1716  | b |
| <b>6229,24</b> | = | <b>b</b> |   |   |       |   |

**Remplazo b en 1.)**

|                  |   |          |   |   |           |   |
|------------------|---|----------|---|---|-----------|---|
| 1816293          | = | 12       | a | + | 66        | b |
| 1816293          | = | 12       | a | + | 411129,92 |   |
| <b>117096,92</b> | = | <b>a</b> |   |   |           |   |

Remplazo Formula:  $Y = a + b X$

$$Y = 117096,92 + 6229,24 (x)$$

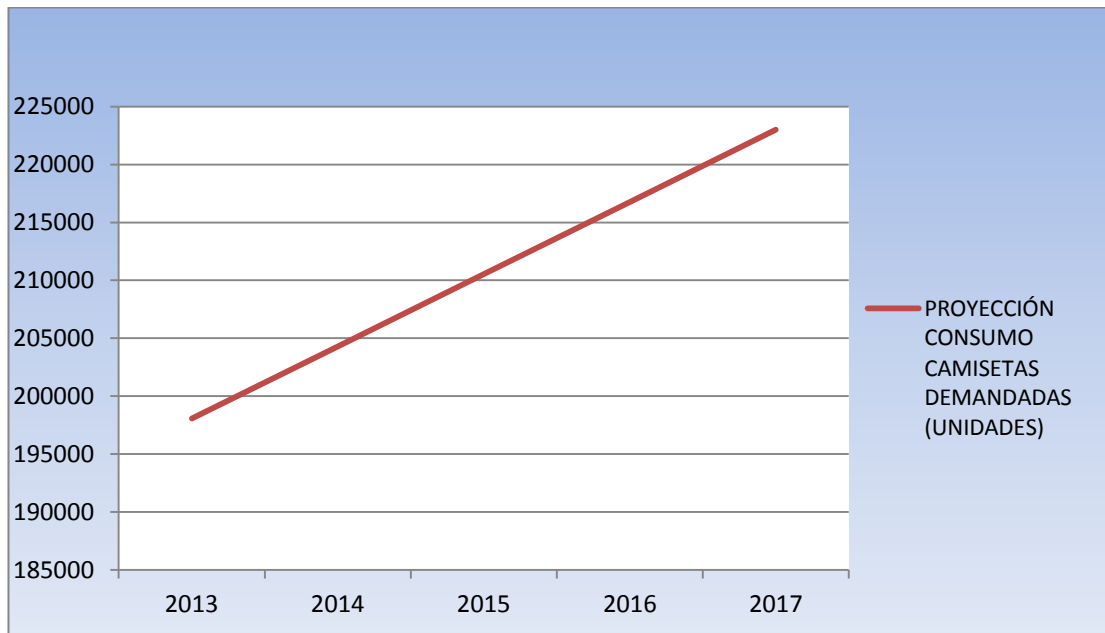
**Tabla 20: Proyección de la demanda 2013-2017- cantón Latacunga**

| <b>AÑO</b>     | <b>PROYECCIÓN<br/>CONSUMO<br/>CAMISETAS<br/>DEMANDADAS<br/>(UNIDADES)</b> |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 2013           | 198077                                                                    |
| 2014           | 204306                                                                    |
| 2015           | 210536                                                                    |
| 2016           | 216765                                                                    |
| 2017           | 222994                                                                    |
| <b>TOTALES</b> | <b>1123792</b>                                                            |

**Fuente:** investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Gráfico 17: Proyección de la demanda- cantón Latacunga**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### **Interpretación**

Conforme el pasar de los años la demanda de camisetas polo se irá incrementando paulatinamente, la proyección nos ha permitido conocer el consumo futuro a lo largo de la vida útil del proyecto, es así que la demanda de camisetas polo está en función de las empresas e instituciones consumidoras.

Siendo así que en el primer año de proyección de este estudio contaremos con instituciones y empresas que demandan un promedio de camisetas polo de 198.077 unidades anuales.

## **1.5 Análisis de la oferta**

La Oferta se determina como: “La cantidad ofrecida de un bien, es la cantidad que los productores están dispuestos a vender en un período dado a un precio en particular. La cantidad ofrecida no es la que una empresa le gustaría vender, sino la que en definitivamente está dispuesta a vender” (Frank, 1992)

“El objetivo de cuantificar la oferta es determinar o medir las cantidades de los bienes o servicios que una economía de una región o país en las condiciones dadas puede y desea ofertar al mercado” (Barreno, 2000, pág. 53)

Para cuantificar la oferta de camisetas polo se valió de cierta información de fuentes externas principalmente de la asociación de Cámaras de la Producción de Cotopaxi (ACEPROC), y del Gremio de Artesanos Confeccionistas de Latacunga.

En donde se puede observar que no existe una gran concentración de empresas que se dediquen de lleno a la fabricación de prendas de vestir con exclusividad en la confección de camisetas polo, esto a pesar de que exista gran cantidad de personas que se identifican con la rama de la confección.

“Es así que en la ciudad de Latacunga la pequeña empresa emplea aproximadamente a más de 10 trabajadores, mientras que los talleres artesanales tienen bajo su dependencia no más de 4 trabajadores” (Sastres & Modistas)

Existen pocas oportunidades para poner en marcha un negocio de este tipo ya que su principal desventaja es no contar con el pleno apoyo de organismos públicos y privados que puedan otorgar créditos, capacitación, (aspectos productivos, administrativos, y de comercialización) los productos confeccionados suelen ser de baja y mediana calidad por lo que no pueden competir en el mercado puesto que carecen de especialización y automatización de los procesos así como la obsolescencia tecnológica, baja productividad de mano de obra inexperiencia en el mercado sin fundamentarse en un adecuado plan de negocios.

El problema de que sigamos usando los medios tradicionales se genera en el ámbito de la materia educativa, porque seguimos enfrascados en estilos de vida y convivencia, cuando en el mundo globalizado con un mercado cambiante necesita medios publicitarios creativos, innovadores y con última tecnología que generen nuevos hábitos de consumo y cambien las experiencias de un cliente tradicionalista.

Los que le apuestan a una publicidad diferente se encuentran estudiando en escuelas extranjeras, buscan otro enfoque creativo y el fruto de su sacrificio es que consigan trabajo en empresas extranjeras y tengan pocas probabilidades de retornar al país a contribuir con sus conocimientos.

### 1.5.1 Análisis de la oferta local- cantón Latacunga

Dentro de la oferta local en el cantón Latacunga existen 4 microempresas confeccionistas que se encuentran afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Cotopaxi (CAPIC) cada una de estas con diferente rama de actividades, desde lo que se pudo apreciar:

**Tabla 21: Microempresas afiliadas a la CAPIC (Información)**

| REPRESENTANTE               | RAZÓN SOCIAL  | DIRECCIÓN                     | TIPOS DE PRENDA                     |
|-----------------------------|---------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| Mora Sandoval Juan Carlos   | Chiquis       | Av. Roosevelt y Atahualpa     | Ropa de niños en general            |
| Salazar Molina Augusto      | Bronco        | Benjamin Terán y Antonio Vela | Chompas, abrigos                    |
| Segovia cajas Marco Antonio | S/N           | Cdla. Rumipamba               | Exteriores para hombre y mujer      |
| Yarad Abedrabo Juan Carlos  | Juancho Sport | Av. Oriente y Hermanas Paez   | Ropa para damas, caballeros y niños |

**Fuente:** Cámara de la Pequeña Industria de Cotopaxi

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Dentro de la competencia se ha considerado que “existen en la ciudad de Latacunga 52 talleres de sastres y modistas”<sup>1</sup> que por su capacidad productiva, la maquinaria y la mano de obra no ha podido desarrollarse y expandir sus talleres, factores por lo que este gremio no mantiene demasiada información sobre la producción de prendas de vestir en el cantón, es decir, los negocios afiliados a este gremio son por lo general de personas que aprendieron la profesión y se dedican en pequeños espacios y la mano de obra es escasa.

A través de esta observación técnica del mercado objetivo en el cantón Latacunga, existen pocas empresas con una oferta limitada de productos, la información de los productos que ofertan las empresas fue obtenida a través de la investigación de campo realizada.

La calidad en la producción y elaboración de camisetas polo en la oferta local del cantón Latacunga no es uniforme, encontrando empresas cuya producción es de muy buena calidad y otras cuyo trabajo es mediocre, en algunos casos las empresas poseen como mínimo una página web en donde publican y ofertan sus productos y en otras cuyo caso solo se las puede identificar realizando una investigación profunda de campo.

La capacidad de las empresas para poder satisfacer al mercado local se ve insuficiente por lo cual empresas tanto privadas como gubernamentales se han visto en la necesidad de buscar empresas oferentes de este tipo de productos y servicios en otras ciudades, mermando así su capacidad de poder satisfacer a su mercado local y permitiendo que el dinero pagado por estos productos emigre a otras ciudades y empresas.

### **1.5.2 Factores que condicionan la oferta**

Existen diferentes variables que afectan la oferta de un bien y/o servicio, como se mencionan a continuación:

---

<sup>1</sup> Ídem

- **Los costos de producción de los bienes**

Este factor se ha considerado de vital importancia para la creación de una empresa productora y comercializadora de camisetas polo con publicidad POP debido a que las materias primas utilizadas en la fabricación suelen ser costosas por la calidad de los mismos y porque el productor debe mantener un precio de venta en donde él pueda generar su margen de utilidad, por lo tanto el establecimiento de contactos con proveedores calificados de materias primas que brinden productos de primera calidad y a precios convenientes deberá ser uno de los objetivos más importantes en la creación de la nueva empresa.

- **Riesgo empresario**

La colocación de los bienes en el mercado implica un riesgo para el empresario o inversionista, puede por un lado tener aceptación y generar beneficios o tener poca venta y producir pérdidas, el empresario debe analizar cuáles son los bienes que brindan mayor seguridad en el mercado como para poder ofrecerlos y aumentar la oferta de los mismos.

- **Tecnología**

Nos referimos al arte de hacer las cosas, los avances tecnológicos permiten aumentar la cantidad de bienes a producirse, cuando se incorpora nueva tecnología es para producir en mayor cantidad los bienes a un costo similar o inferior al que lo hacía inicialmente y también se puede optimizar el tiempo de elaboración de los mismos.

- **Disposiciones del gobierno**

Las disposiciones del gobierno pueden beneficiar o perjudicar las condiciones de producción, debido que repercute en los costos de fabricación de las empresas, es decir, impuestos sobre las ventas, impuesto al valor agregado sobre determinados bienes, medidas de protección al medio ambiente, restricción de importaciones, limitación del uso del presupuesto en campaña electoral, etc.

### 1.5.3 Comportamiento histórico de la oferta

Se puede apreciar que si la Demanda aumenta la Oferta también aumentará, así determinamos si podemos satisfacer los requerimientos del mercado acorde al bien que se desea ofrecer.

**Tabla 22: Oferta histórica producción de camisetas polo-cantón Latacunga (u)**

| AÑOS         | * OFERTA DE CONFECCIONES EN GENERAL (T.M.) | ** OFERTA DE PRODUCCIÓN DE CAMISETAS POLO ( 0.11%) | TOTAL KG.    | TOTAL GRAMOS    | *** CONSUMO PROMEDIO TELA POR CAMISETA TIPO POLO | NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS |
|--------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------|-----------------|--------------------------------------------------|-------------------------------|
| 2000         | 6.832                                      | 7,52                                               | 7515,2       | 7515200         | 230                                              | 32675                         |
| 2001         | 6.952                                      | 7,65                                               | 7647,2       | 7647200         | 230                                              | 33249                         |
| 2002         | 6.546                                      | 7,20                                               | 7200,6       | 7200600         | 230                                              | 31307                         |
| 2003         | 3.240                                      | 3,56                                               | 3564         | 3564000         | 230                                              | 15496                         |
| 2004         | 5.595                                      | 6,15                                               | 6154,5       | 6154500         | 230                                              | 26759                         |
| 2005         | 2.031                                      | 2,23                                               | 2234,1       | 2234100         | 230                                              | 9713                          |
| 2006         | 2.019                                      | 2,22                                               | 2220,9       | 2220900         | 230                                              | 9656                          |
| 2007         | 5.063                                      | 5,57                                               | 5569,3       | 5569300         | 230                                              | 24214                         |
| 2008         | 5.154                                      | 5,67                                               | 5669,4       | 5669400         | 230                                              | 24650                         |
| 2009         | 8.254                                      | 9,08                                               | 9079,4       | 9079400         | 230                                              | 39476                         |
| 2010         | 7.677                                      | 8,44                                               | 8444,7       | 8444700         | 230                                              | 36716                         |
| 2011         | 8.782                                      | 9,66                                               | 9660,2       | 9660200         | 230                                              | 42001                         |
| <b>TOTAL</b> | <b>68.145</b>                              |                                                    | <b>74960</b> | <b>74959500</b> |                                                  | <b>325911</b>                 |

**Fuente:**\* Asociación de Cámaras de la Producción de Cotopaxi ACEPROC.

\*\*Gremio de Artesanos Confeccionistas de Latacunga.

\*\*\*[www.grupoalpina.com/images/tcatalogo](http://www.grupoalpina.com/images/tcatalogo)

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Analizando la evolución de la oferta tanto en toneladas métricas y en unidades producidas de camisetas polo en la cual se manifiesta claramente que en el cantón Latacunga existe apenas un 0.11 % de participación esta variable con relación a la oferta textil en general del cantón, del total de toneladas métricas se transformó a gramos con la finalidad de alcanzar las unidades producidas para el desarrollo de este proyecto, el peso promedio de cada prenda es de 230 gramos (gr), obteniendo así el número total de camisetas polo producidas en esta localidad.

#### 1.5.4 Proyección de la oferta

Para determinar la oferta proyectada, se considera de igual manera realizarla por la ecuación lineal:  $y = a + b x$

Dónde:

Y = Variable que se está analizando Producción)

X = Variable cronológica (Tiempo)

a, b = Parámetros que definen la recta.

**Tabla 23: Cálculo analítico de mínimos cuadrados- oferta camisetas polo**

| AÑO            | (Y) PRODUCCIÓN CAMISETAS (UNIDADES) | (X) PERIODO BASE | XY             | X <sup>2</sup> |
|----------------|-------------------------------------|------------------|----------------|----------------|
| 2000           | 32675                               | 0                | 0              | 0              |
| 2001           | 33249                               | 1                | 33249          | 1              |
| 2002           | 31307                               | 2                | 62614          | 4              |
| 2003           | 15496                               | 3                | 46487          | 9              |
| 2004           | 26759                               | 4                | 107035         | 16             |
| 2005           | 9713                                | 5                | 48567          | 25             |
| 2006           | 9656                                | 6                | 57937          | 36             |
| 2007           | 24214                               | 7                | 169500         | 49             |
| 2008           | 24650                               | 8                | 197197         | 64             |
| 2009           | 39476                               | 9                | 355281         | 81             |
| 2010           | 36716                               | 10               | 367161         | 100            |
| 2011           | 42001                               | 11               | 462010         | 121            |
| <b>TOTALES</b> | <b>325911</b>                       | <b>66</b>        | <b>1907037</b> | <b>506</b>     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### Ecuaciones:

1.-  $\sum y = na + b \sum x$

2.-  $\sum xy = a \sum x + b \sum X^2$

**Desarrollo:**

|     |         |   |    |   |   |     |   |     |
|-----|---------|---|----|---|---|-----|---|-----|
| 1.) | 325911  | = | 12 | a | + | 66  | b | -66 |
| 2.) | 1907037 | = | 66 | a | + | 506 | b | 12  |

|               |   |          |   |   |       |   |
|---------------|---|----------|---|---|-------|---|
| -21510117,39  | = | -792     | a | + | -4356 | b |
| 22884438,26   | = | 792      | a | + | 6072  | b |
| 1374320,87    | = | 0        | a | + | 1716  | b |
| <b>800,89</b> | = | <b>b</b> |   |   |       |   |

**Remplazo b en 1.)**

|                 |   |          |   |   |             |   |
|-----------------|---|----------|---|---|-------------|---|
| 325911          | = | 12       | a | + | 66          | b |
| 325911          | = | 12       | a | + | 52858,49498 |   |
| <b>22754,36</b> | = | <b>a</b> |   |   |             |   |

Reemplazo Formula:  $Y = a + b X$

$$Y = 22754,36 + 800,89 (X)$$

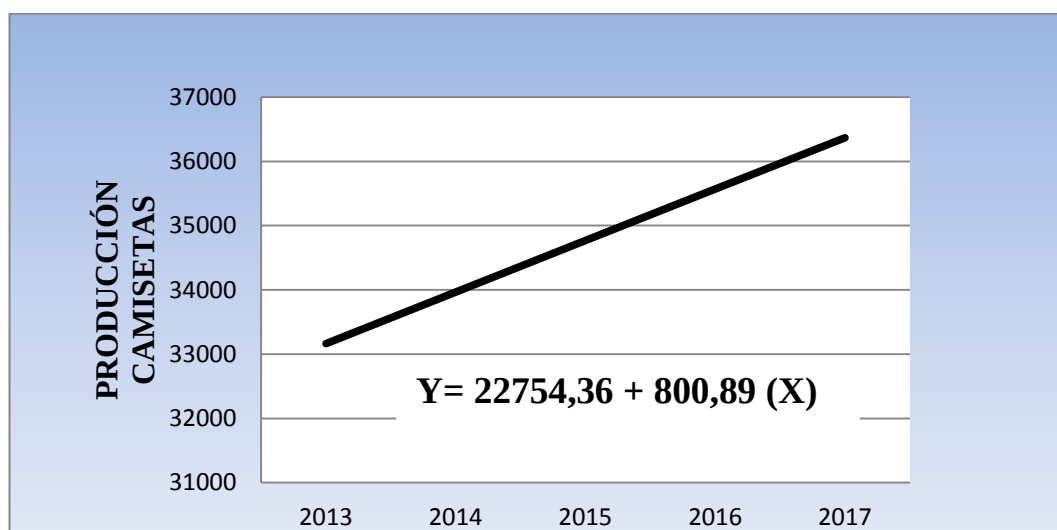
**Tabla 24: Proyección de la oferta 2013-2017- cantón Latacunga**

| AÑO  | PRODUCCIÓN<br>(UNIDADES) |
|------|--------------------------|
| 2013 | 33166                    |
| 2014 | 33967                    |
| 2015 | 34768                    |
| 2016 | 35568                    |
| 2017 | 36369                    |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Gráfico 18: Proyección de la oferta- cantón Latacunga**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 1.6 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es la cantidad de demanda que la oferta no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado para con esto determinar la cantidad de camisetas polo que nuestra empresa podría captar.

Para determinar la demanda insatisfecha, tomando los datos obtenidos de la demanda y oferta proyectadas, se procede a calcular la diferencia entre los dos rubros de cada año que se proyectó.

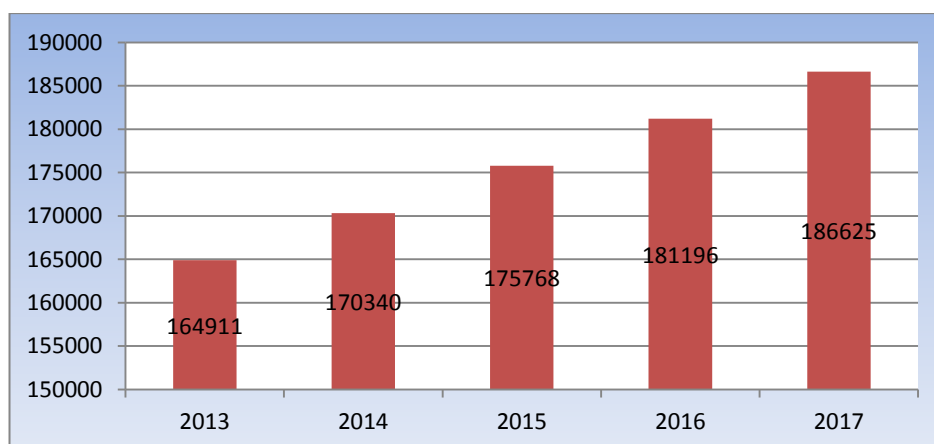
**Tabla 25: Demanda insatisfecha 2013-2017- cantón Latacunga**

| AÑO          | DEMANDA PROYECTADA (UNIDADES) | OFERTA PROYECTADA (UNIDADES) | DEMANDA INSATISFECHA (UNIDADES) |
|--------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 2013         | 198077                        | 33166                        | 164911                          |
| 2014         | 204306                        | 33967                        | 170340                          |
| 2015         | 210536                        | 34768                        | 175768                          |
| 2016         | 216765                        | 35569                        | 181196                          |
| 2017         | 222994                        | 36369                        | 186625                          |
| <b>TOTAL</b> | <b>1052678</b>                | <b>173838</b>                | <b>878839</b>                   |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Gráfico 19: Demanda insatisfecha - cantón Latacunga (u)**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### Interpretación

Como se puede observar, la demanda insatisfecha muestra una tendencia creciente por lo que para la creación de una nueva empresa de publicidad especializada en la producción y comercialización de camisetas polo con identificación empresarial e institucional en el cantón Latacunga, se presenta una gran oportunidad de mercado en el cual se puede ofertar el producto analizado en este estudio de mercado.

### También es necesario saber que:

- Si la Demanda Insatisfecha es negativa: el proyecto en estudio es desfavorable
- Si la Demanda Insatisfecha es positiva: el proyecto en estudio es favorable, como lo es en este caso.

Con los resultados obtenidos a través de todo este estudio tenemos que decir, que si existe la oportunidad de negocio, existe mercado para desarrollar este tipo de producto que estamos dispuestos a ofrecer bajo las características antes mencionadas,

el cantón Latacunga es un buen sector para empezar con las operaciones de esta empresa.

Los sectores que necesitamos enfocarnos con más fuerza son los que corresponden a la grande, pequeña y mediana empresa e instituciones educativas, ya que son estas las que mantienen relaciones comerciales total o parcialmente dentro de esta localidad.

### 1.6.1 Determinación del mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo abarca a las empresas e instituciones educativas del cantón Latacunga, está constituido por los sectores que más generan movimientos o flujos de dinero a nivel local, sectores que en su mayoría corresponden a inversión de capital de manos públicas y privadas, siendo este el mercado efectivo al cual va dirigido el proyecto.

Considerando que nos estamos conformando como una microempresa, se decide cubrir el 10% de la Demanda Insatisfecha, debido:

“Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, este debe ser tal que solo cubra un bajo porcentaje de la primera, no más allá de un 10%, siempre y cuando haya mercado libre” (Baca Urbina, 2006, pág. 104)

Entonces este porcentaje se convertirá en nuestro mercado objetivo, el cual vamos a cubrir y a darle la mejor atención posible.

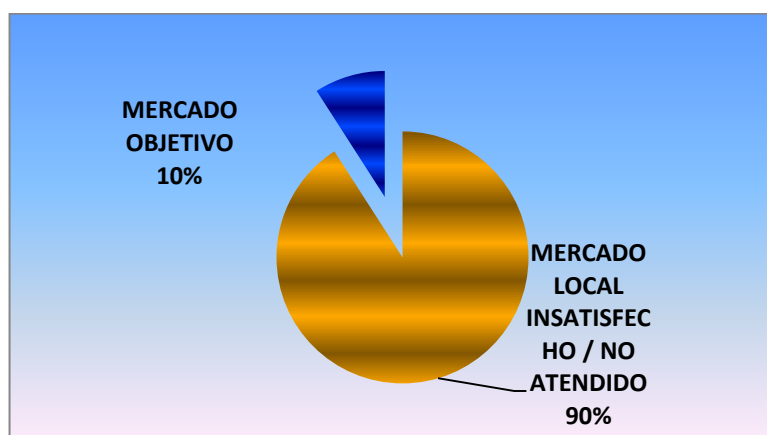
**Tabla 26: Mercado objetivo**

| <b>AÑO</b>   | <b>MERCADO<br/>OBJETIVO<br/>(10%)</b> |
|--------------|---------------------------------------|
| 2013         | 16491                                 |
| 2014         | 17034                                 |
| 2015         | 17577                                 |
| 2016         | 18120                                 |
| 2017         | 18662                                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>87884</b>                          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Gráfico 20: Mercado objetivo**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 27: Producción en unidades para el mercado objetivo**

| AÑO          | PROYECCIÓN CAMISETAS DEMANDADAS (UNIDADES) | PROYECCIÓN CAMISETAS OFERTADAS (UNIDADES) | DEMANDA INSATISFECHA | % CAPTADO DE LA DEMANDA INSATISFECHA | PRODUCCIÓN ANUAL 10% (UNIDADES) |
|--------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| 2013         | 198077                                     | 33166                                     | 164911               | 10,00%                               | 16491                           |
| 2014         | 204306                                     | 33967                                     | 170340               | 10,00%                               | 17034                           |
| 2015         | 210536                                     | 34768                                     | 175768               | 10,00%                               | 17577                           |
| 2016         | 216765                                     | 35569                                     | 181196               | 10,00%                               | 18120                           |
| 2017         | 222994                                     | 36369                                     | 186625               | 10,00%                               | 18662                           |
| <b>OTALE</b> | <b>1052678</b>                             | <b>173838</b>                             | <b>878839</b>        |                                      | <b>87884</b>                    |

**Fuente:** Investigación realizada.

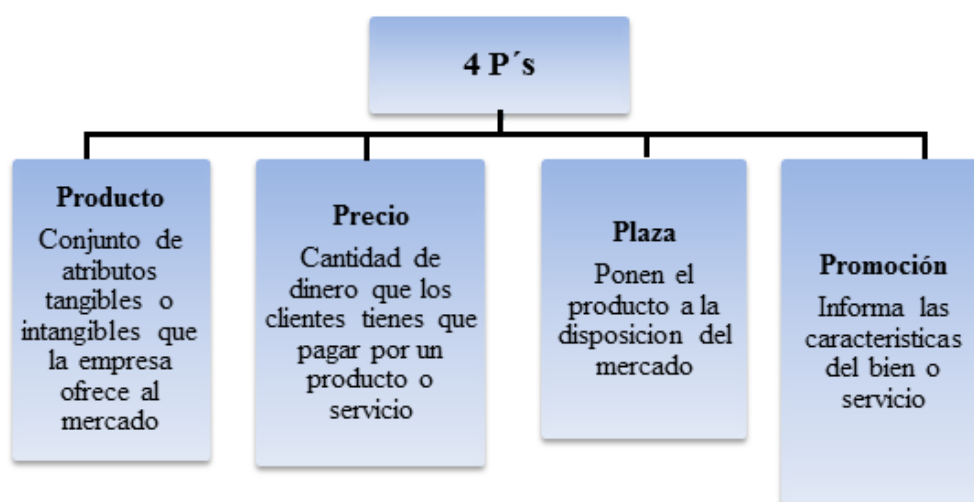
**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 1.7 Comercialización del bien

“La comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores. El correcto emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, de bienes temporales y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable” (Microsotf Encarta, 2006)

La comercialización del producto de nuestro negocio se aplicara diferentes estrategias conforme sus expectativas, debemos considerar la capacidad de producción de la empresa, la capacidad adquisitiva del consumidor y los precios de los productos mismos, con esto aseguramos que el mismo este en el lugar adecuado, en el momento oportuno, con el precio justo y en las cantidades requeridas, garantizando no solo la efectividad en ventas sino asegurándonos el segmento de mercado al que estamos dirigidos.

### 1.7.1 Las 4 P's



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### a)Producto

La empresa ofrecerá la elaboración y comercialización de camisetas polo con publicidad POP con un enfoque en el ámbito empresarial e institucional en el cantón Latacunga, con un servicio de diseño de la idea creativa, marca o slogan empresarial.

Las camisetas polo se elaboraran en dos tipos de tela y con dos tipos de terminados, como se muestra a continuación:

- Camisetas polo en tela pique- terminado bordado

- Camisetas polo en tela algodón- terminado estampado.

La clasificación que se realiza va de acuerdo a las especificaciones o características del uso de las telas.

Los productos ofrecidos deben llevar llenar las expectativas del cliente, adecuando los productos a sus necesidades y requerimientos, además llevaran la identificación respectiva en las prendas, tales como:

- Etiqueta: contiene las especificaciones del tipo de camiseta, lavado, material, uso y cuidados
- Empaque: consiste en una funda plástica que tendrá un adhesivo con la marca, logotipo o slogan del producto.

#### **b) Precios**

“Es valorar un bien o servicio en unidades monetarias o en otro instrumento de cambio” (Zapata, Contabilidad de Costos, 2007, pág. 16)

Para la fijación de precios en cualquier tipo de proyecto se debe considerar que estos sean atractivos para los clientes potenciales. Los datos obtenidos para el análisis de precios han sido tomados en base a una investigación de campo, es decir, a través de la observación, según los precios establecidos por los principales proveedores y confeccionistas en Latacunga.

El precio opera en el entorno de las empresas del cantón Latacunga como una de las principales determinantes de la decisión del comprador, debido a que el mercado es sensible a los cambios de esta variable.

No obstante, los factores como la calidad y la selectividad en lo referente a los segmentos de mercados a los cuales se dirige el producto cobrará gran importancia relativamente mayor en el comportamiento de la decisión del cliente.

Además, el precio será uno de los elementos más flexibles, dado que se puede modificar en el corto plazo, dependiendo de los costos de la materia prima y de los insumos así como también de las condiciones del mercado como la competencia.

La determinación del precio será de la siguiente manera:

$$\text{COSTO DEL PRODUCTO} + \% \text{ DE UTILIDAD} = \text{PRECIO}$$

En el siguiente cuadro se detalla el precio de los productos que se venden y cotizan en el mercado Latacungueño, los precios publicados corresponden a precios promedio escogidos entre talleres de confección textil y locales comerciales encontrados en el cantón Latacunga, precios que se detallan a continuación:

**Tabla 28: Precios de venta: competencia directa (Talleres de confección textil)**

| CAMISETA TIPO | PRECIO UNIARIO |
|---------------|----------------|
| PIQUET        | 12,07          |
| ALGODÓN       | 11,70          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Anexo 4**

**Tabla 29: Precios de venta: competencia indirecta (Locales comerciales)**

| CAMISETA TIPO | PRECIO UNIARIO |
|---------------|----------------|
| PIQUET        | 22,13          |
| ALGODÓN       | 21,50          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Anexo 4**

Los precios se los obtuvo a través del trabajo de campo realizado en el cantón con la finalidad de determinar los precios de venta del producto en el mismo, y en base a esta premisa se fijan nuestro precio meta, el cual no debe rebasar el límite de la competencia directa, ya que ellos son los productores y la competencia indirecta los comercializadores del producto.

La fijación de precios lleva consigo el deseo de obtener beneficios por parte de la empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de ventas realizadas, aunque no guarde una relación directa con los beneficios que obtiene, ya que si los precios son elevados, los ingresos totales pueden variar, pero que esto afecte a los beneficios dependerá de un adecuado manejo de los mismos.

Con la estrategia de fijación de los precios podremos ofrecer precios competitivos y lograr fidelizar a clientes con sus contratos, además se deberá revisar frecuentemente para poderlos ajustar a los cambios del mercado.

### **c) Plaza**

En el caso de nuestra empresa que esta direccionada a la producción y comercialización de Material Publicitario POP camisetas polo de identificación empresarial institucional está dirigido empresas e instituciones sean grandes, medianas y pequeñas que se encuentren dentro del área de influencia que se verá comprendida por el Cantón Latacunga, con sus parroquias urbanas y rurales, empresas e instituciones educativas que tengan la necesidad de contratar el tipo de producto que estamos prestos a ofrecer, pudiendo ser de carácter privado o público y que cuenten con el factor económico para poder contratarnos.

Nuestra ubicación estará determinada en una zona comercial ubicada en la parte céntrica de la ciudad y en donde estemos rodeados de las más importantes empresas que serán nuestros clientes potenciales.

### **d) Promoción**

“La promoción es el elemento de la mezcla del marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto o un servicio, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento de los clientes potenciales” (Stanton, 2000, pág. 482)

El producto que vamos a comercializar se van a promocionar a través de la prensa escrita como lo es el diario de mayor circulación en el cantón “La gaceta”, internet,

hojas volantes y lo más importante nuestra promoción va a estar basada en la referencia de empresa a empresa basados en la calidad de nuestro producto, con la creación de la página web y el uso de la tecnología nos podrán encontrar de una manera más rápida tanto ejecutivos, estudiantes y la población en general.

### 1.7.2 Canales de distribución

Una buena ubicación es indispensable cuando se comercializa un bien directamente del productor al consumidor, brindando un servicio personalizado, acorde a las necesidades de cada negocio y así cumplir con las expectativas del cliente.

Por la naturaleza de nuestro producto, no se utilizarán intermediarios en esta primera fase del proyecto, es decir, llegaremos directamente a las empresas e instituciones consumidoras.

**Gráfico 21: Cadena de distribución**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya.

Contando con el contrato de compra de los productos elaborados por nuestra empresa y habiéndose cumplido los plazos, condiciones de pago acordadas y utilizando nuestra cadena de distribución podremos hacer la entrega al cliente de las siguientes maneras:

- El cliente podrá acercarse a nuestras instalaciones y retirar personalmente el producto o acorde al contrato de venta se entregará el pedido en una determinada dirección, utilizando el vehículo previsto para este fin y con el recargo respectivo.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ESTUDIO DE TAMAÑO**

“El tamaño del proyecto técnicamente, se traduce al número de productos que se obtendrán en un periodo operacional determinado, llamado también capacidad de producción, que desde el punto de vista económico, se define como el nivel de producción que reduce costos y eleva utilidades” (Naciones Unidas, 1979, pág. 264)

Al referirnos al tamaño del proyecto estamos hablando de su capacidad física o real de producción durante un período de operación normal. La importancia del dimensionamiento, en el contexto de estudio de factibilidad, radica en que sus resultados se constituyen en parte fundamentales para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que habrán de adquirirse.

Tales especificaciones serán requeridas a su vez, para determinar aspectos económicos y financieros sobre los montos de inversión que representan cada tipo de activo y de manera global, que serán empleados en el cálculo de los costos y gastos que derivan de uso y que se emplearan, posteriormente, en la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

#### **2.1 Factores determinantes para el tamaño del proyecto**

“Siempre que se trate de establecer el tamaño más adecuado de un proyecto se deberá apelar a la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos relevantes dependiendo del proyecto que se trate” (Miranda, 2003, pág. 120), a continuación se enuncian los factores que apoyan a la determinación del tamaño óptimo del proyecto:

### 2.1.1 Demanda del proyecto

Con el respectivo Estudio de Mercado se puede conocer los verdaderos deseos y necesidades del consumidor, es por eso que la Demanda del mercado para camisetas polo con publicidad POP para identificación empresarial e institucional, es un factor importante para coordinar el tamaño del proyecto, considerándose tres situaciones básicas que pueden identificarse respecto del mercado:

- La cantidad demandada sea menor que las unidades productoras posibles de instalar,
- La cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar,
- La cantidad demandada sea superior a las unidades productoras posibles de instalar.

Conforme a lo investigado en el capítulo uno (datos históricos de la demanda), se ha proyectado los siguientes datos en unidades a producir durante el periodo de vida útil de nuestro proyecto como se muestra a continuación:

**Tabla 30: Proyección de la producción 2013-2017 (u)**

| AÑO  | DEMANDA<br>INSATISFECHA<br>(UNIDADES) | PROD.<br>MENSUAL<br>MERCADO<br>OBJETIVO<br>(UNIDADES) | PROD.<br>ANUAL<br>MERCADO<br>OBJETIVO<br>(UNIDADES) |
|------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
|      |                                       |                                                       | Tabla 26                                            |
| 2013 | 164911                                | 1374                                                  | 16491                                               |
| 2014 | 170340                                | 1419                                                  | 17034                                               |
| 2015 | 175768                                | 1465                                                  | 17577                                               |
| 2016 | 181196                                | 1510                                                  | 18120                                               |
| 2017 | 186625                                | 1555                                                  | 18662                                               |

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 2.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

Para nuestro tipo de proyecto se necesita hacer un balance entre el monto necesario para el desarrollo del proyecto y lo que se puede arriesgar para financiarlo, debemos reconocer las diversas fuentes de financiamiento tanto propias como de instituciones financieras-económicas, es necesario seleccionar un tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca los menores costos y los mejores rendimientos de capital.

Para este proyecto se ha determinado realizar el financiamiento de Instituciones en un porcentaje del 41,31% del capital requerido y el otro 58,69% correrá por cuenta de los 4 accionistas o dueños del proyecto, lo que se ha decidido financiar será destinado para el capital de trabajo requerido para iniciar las actividades económicas de la empresa.

Los créditos entregados a los emprendedores devengaran un interés sobre el capital prestado, con una tasa máxima establecida para las pymes por el Banco Central del Ecuador, tal como se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla 31: Tasa de interés para financiamientos**

| <b>PYMES</b>       | <b>TASA DE INTERES ANUAL</b> |
|--------------------|------------------------------|
| <b>TASA MÁXIMA</b> | 10,85%                       |

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, 2012

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Además en el Ecuador existen un sinnúmero de Instituciones que otorgan créditos para microempresarios que están empezando o que ya tienen sus empresas consolidadas, el crédito otorgado puede ser utilizado en la compra de maquinaria o en la compra de insumos y materias primas, las instituciones catalogadas se detallan a continuación:

#### a) **Programas de financiamiento para emprendedores en Ecuador**

“A continuación encontrará la lista de los programas financieros para emprendedores, que tienen la mejor oferta en cuanto a tasas de interés, recuerde que un préstamo que le ofrecen fácil en una cooperativa, tal vez se deba a que esta no está regulada y cobra tasas de interés desmedidas, convirtiéndose en un problema para empresarios que buscaban una oportunidad de crecimiento.” (Programas de financiamiento, 2011)

- **EmprendEcuador:** programa de apoyo a ciudadanos para la creación de negocios con potencial de crecimiento, innovador o altamente diferenciado.
- **CreEcuador:** El Programa busca democratizar las oportunidades de los ciudadanos, con el fin de fomentar el desarrollo productivo y territorial en el país, facilitando el acceso a la propiedad empresarial. Esto se lo realiza a través de programas y herramientas que apoyan la puesta en marcha de proyectos de transformación productiva, que generen desarrollo en las distintas regiones del país, y que permitan una mayor participación accionaria de ciudadanos en empresas privadas y de propiedad del Estado.
- **MIPRO:** El Ministerio de Industrias y Productividad, a través del Programa FONDEPYME, tiene como objetivo contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las: micro, pequeñas y medianas empresas de manera asociada o en forma individual que son productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional.
- **Banco Nacional del Fomento:** el crédito 555 (hasta 5.000 dólares, 5 años plazo, 5% de interés anual) es una herramienta que puede apoyar a aquellos proyectos de inversión en unidades de producción, comercio o servicio, en funcionamiento o por instalarse.
- **CFN:** La Corporación Financiera Nacional tiene una amplia línea de créditos que pueden ayudar a los emprendedores, que además posean una idea diferenciadora, innovadora o un proyecto que pueda convertirse en un plan de

negocios, de tal manera iniciar una actividad como empresarios, encontrando diferentes modalidades de financiamiento con los cuales se puede ejecutar un proyecto:

#### **Microcrédito:**

- Individual: hasta \$ 20000,00.
- Asociativo: hasta \$100000,00.
- Financiado hasta el 100% del plan de inversiones.

### **2.1.3 Disponibilidad de mano de obra**

Después de determinar el tamaño óptimo para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y dirección, en este proyecto al encontrarse en una zona comercial no se tendrá inconveniente en la disponibilidad de Mano de Obra, se podrá cubrir parte de la demanda de trabajo que existe en el cantón Latacunga, así como se demuestra en la gráfica proporcionada por el INEC:

**Tabla 32: Tasas de empleo y subempleo**

| DESEMPLEO | SUBEMPLEO |
|-----------|-----------|
| 4,9       | 43,9      |

**Fuente:** INEC, Marzo 2012

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Es necesario determinar con exactitud cuántos empleados se requerirán y de igual manera que funciones desempeñaran en su área de trabajo, se les brindara capacitaciones e inducciones sobre los requerimientos del puesto, para obtener una productividad y eficiencia máxima de los mismos.

El personal requerido para la puesta en marcha de la nueva empresa es:

- 1 Gerente general.
- 1 Presidente
- 1 Contador/a general.
- 1 Jefe de ventas.
- 1 Diseñador.
- 1 Recepcionista administrativa.
- 1 Jefe de producción.
- 5 operarios poli funcionales (1 turno de producción).
- 1 Mensajero / chofer.

En cuanto a mano de obra no se considera un factor condicionante porque en la zona de influencia del proyecto si existe disponibilidad de mano de obra operativa, administrativa y eventual.

#### **2.1.4 Economías de escala**

Poder que tendrá la empresa para comercializar las camisetas polo con publicidad POP, cuando se alcanza un nivel óptimo de producción con un costo mínimo de producción, las economías de escala pueden ser resultado de diversos aspectos:

**A mayor escala se obtiene:**

- Menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada
- Mayor rendimiento por persona ocupada
- Menores costos unitarios de producción
- Mejor utilización de otros insumos
- Utilización de procesos más eficientes que reducen los costos de operación.

### **2.1.5 Suministros e insumos**

Para ajustar el tamaño de la planta se debe identificar los volúmenes suficientes en cantidad y calidad de la Materia Prima que es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Es necesario identificar a los proveedores según los precios y según la materia prima que nos vayan a vender, para esto se tendrá pendiente frecuentemente cotizaciones de los proveedores para abastecernos de manera conveniente y oportuna.

### **2.1.6 Disponibilidad de tecnología**

Cabe considerar elementos que giren en torno a la naturaleza del proyecto, es decir, máquinas y equipos que serán utilizadas por el personal encargado de una determinada área de trabajo. Las maquinas elegidas serán de tipo industrial, para ofrecer un trabajo continuo y de muy buena calidad.

Las empresas proveedoras de tecnología y maquinaria podrían ser de origen nacional o también existe una gran oferta de la misma proveniente de países como: Estados Unidos, China, Taiwán, Japón y nuestro requerimiento se basa en alternativas que ofrezcan durabilidad, garantía, cumpla con los atributos adecuados y se encuentren distribuidores a nivel nacional y de manera más oportuna en el cantón Latacunga.

## **2.2 Capacidad de las máquinas**

Conforme al mercado objetivo, la cantidad anual en unidades a producir durante la vida útil del proyecto se ha decidido que será el 10% de la Demanda insatisfecha, pero para justificar el tamaño propuesto es prudente reconocer si la capacidad instalada en la empresa va a cumplir a cabalidad la producción anual propuesta, es por ello que se debe determinar la capacidad diseñada y la capacidad utilizada por

los equipos y maquinarias para poder cumplir los objetivos de producción propuestos.

- **Capacidad Diseñada:** representa el nivel máximo posible de producción con el que son diseñados los equipos y maquinas, por lo general una empresa no puede trabajar al máximo su capacidad diseñada, porque se vuelve difícil lograr unificar la capacidad de todas las maquinas que intervienen en el proceso de producción, algunas aportan en mayor capacidad al proceso que otras, en nuestro proyecto representa el número máximo de máquinas y equipos que pueden operar por una unidad productiva, durante un tiempo determinado (8 horas).
- **Capacidad utilizada:** “porcentaje de la capacidad instalada que se utiliza, que por lo general no debe superar el 90% en condiciones normales de trabajo” (Hernández L. , 2010), porque de ahí no se podrá tener pedidos extraordinarios y si se los acepta podemos alterar significativamente la estructura de costos fijos.

En nuestro proyecto se considera el 75% de la capacidad diseñada a utilizarse, decisión que se toma en base de que somos un proyecto nuevo y que necesitamos llegar a tener posicionamiento en el mercado para subir este porcentaje de utilización, además de que nuestro mercado objetivo que pensamos abarcar en un inicio es del 10%, y en base a esa producción anual de prendas, es lo que se determina la cantidad de máquinas a escoger y la cantidad de empleados a seleccionar.

**Tabla 33: Capacidad de las máquinas de planta**

| MAQUINA/EQUIPO             | RENDIMIENTO | HORAS PROD. | CAPACIDAD DISEÑADA | CAPACIDAD UTILIZADA |
|----------------------------|-------------|-------------|--------------------|---------------------|
| Cortadora eléctrica        | 1250 r.p.m  | 8           | 1250               | 937,5               |
| Máquina Recta              | 5500 r.p.m  | 8           | 5500               | 4125                |
| Máquina Overlock           | 7000 r.p.m  | 8           | 7000               | 5250                |
| Plancha Semi-Industrial    | 20 Hz       | 8           | 20                 | 15                  |
| Máquina Bordadora          | 1000 r.p.m  | 8           | 1000               | 750                 |
| Plotter de Impresión       | 360 p.p.p   | 8           | 360                | 270                 |
| Plancha estampadora        | 110 Hz      | 8           | 110                | 82,5                |
| <b>CAPACIDAD UTILIZADA</b> |             |             | <b>100%</b>        | <b>75%</b>          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

La capacidad de producción tanto anual como semanal está en base a las maquinarias y equipos que utilizaremos para producir las camisetas polo, el porcentaje de eficiencia del 75% está en base a las características de las máquinas, los tiempos mínimos requeridos para los diferentes procesos de producción con una estimación de tiempo para cuando se originen averías en las maquinas o el personal, el personal laborara de lunes a viernes a partir de las 8:30 am hasta las 5:30 pm, con 1 hora de almuerzo.

Este horario lo manejaremos en días normales, aunque en meses festivos como febrero, mayo, agosto, septiembre, noviembre y diciembre considerando que estos meses se requiere de más tiempo de trabajo, es decir que de acuerdo al volumen de pedidos que tengamos se trabajara en horarios extensivos, o se contratara gente por temporada, o caso contrario con el mismo personal nos esforzaremos para ser más productivos y competitivos.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN**

“La selección de alternativas se realiza en dos etapas, en la primera etapa se analiza y se decide la zona en la que se localizará la planta, y la segunda se analiza y eligen el sitio, considerando los factores básicos como: costo topografía y situación de los terrenos propuestos, a la primera etapa se le define como estudio de macro localización y la segunda como micro localización”.<sup>2</sup>

En cuanto a la localización óptima de la empresa hemos analizado varios aspectos básicos, tales como la ubicación de los proveedores, clientes, competencia, pero debemos enfocarnos en dos premisas básicas que son la Macro localización y la Micro localización.

Ya que si se logra tener una buena localización, trae varias ventajas que se aprovechan al máximo como tener un lugar comercial, acceso rápido y no tan costoso para adquirir la materia prima, una lista de proveedores amplia y con descuentos que presente rentabilidad para el proyecto.

#### **3.1 Macro localización**

La localización refiere a varias alternativas de selección en los cuales podríamos instalar la nueva empresa, pero hemos decidido que la empresa se ubicara en la provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, ya que en el resto de provincias como Pichincha, Guayas, Tungurahua existe una amplia diversidad de este producto de camisetas polo con publicidad POP, además que la Provincia de Cotopaxi se encuentra en pleno desarrollo y por ende será un buen mercado objetivo.

Dentro de la Provincia de Cotopaxi tenemos 7 cantones que serán nuestras posibles opciones que son: Sigchos, la Mana, Saquisilí, Latacunga, Pujilí, San Miguel de Salcedo, Pangua.

---

<sup>2</sup> BACA URBINA, Gabriel, **Op. Cit.**, pág. 90

Considerando varios factores que determinan la ubicación adecuada, optamos que la mejor opción es el cantón Latacunga.

Los factores que determinan adecuadamente la ubicación son:

- Lugar apropiado en donde se obtendrá facilidades tanto en la prestación de servicios como en la adquisición de insumos.
- El costo de arriendo o compra del local no sea demasiado alto.
- La infraestructura del local cumpla los requerimientos del negocio.
- Contar con todos los servicios básicos: agua, luz, teléfono, internet, vías de acceso, servicios bancarios, etc.
- Estar dentro del segmento de mercado al que esperamos llegar
- Utilizar los activos de manera adecuada y eficiente.

**Gráfico 22: Mapa de macro-localización**



**Fuente:** <http://maps.google.com/>

## **3.2 Micro localización**

Identificamos el lugar adecuado en donde se pueda de manera eficiente satisfacer nuestro mercado objetivo, se requiere de un lugar que sea altamente comercial, que permita economizar en cuanto a costos de arrendamiento y a su vez que permita estar lo más cerca del cliente.

Dentro de la Micro localización se analizará los criterios para la selección de alternativas aspectos relevantes para poder elegir el lugar apropiado de instalación de la nueva empresa como se detalla a continuación

### **3.2.1 Proximidad al mercado**

Tener fácil acceso al mercado objetivo, evitando costos y gastos excesivos de transporte en la entrega del producto, también se podrá tener información y control respecto de la competencia, es decir, en cuanto fluctuaciones de precios, calidad, gustos y preferencias o en si analizar nuevas necesidades del mercado.

Verificando todos los aspectos podremos mantener nuestro segmento de mercado satisfecho y también se podrá dar pronta solución a problemas ocasionados en el proceso.

### **3.2.2 Proximidad a fuentes de abastecimiento de materia prima**

Es un factor relevante encontrarnos cerca de las empresas proveedoras de materias primas, así se evitara gastos innecesarios de recursos y se optimizara tiempo, dinero y personal.

El Cantón Latacunga cuenta con una gran oferta y variedad de insumos para nuestro proyecto. Lo que necesitamos es localizarnos estratégicamente para sacar los máximos beneficios.

### **3.2.3 Transporte**

El Cantón Latacunga cuenta con una infraestructura vial en excelentes condiciones, sus vías de acceso son amplias y con señalización, esto nos permitirá mantener un recorrido más corto y con menos problemas ocasionados a vehículos tanto de la empresa como de los clientes potenciales.

La carretera Panamericana es el eje principal de comunicación; esta vía une Lasso, Latacunga y Salcedo, existen además carreteras de segundo orden que unen al Cantón Latacunga con sus diferentes parroquias, el aeropuerto del cantón se constituye como alternativo al de la ciudad de Quito.

### **3.2.4 Disponibilidad de servicios básicos generales**

Se requerirá de una zona que disponga de infraestructura con instalaciones adecuadas y en donde se tenga a disposición todos los servicios básicos: agua, luz, teléfono, internet, alcantarillado, recolección de desechos, etc.

### **3.2.5 Disponibilidad de servicios públicos**

Tales como Instituciones financieras, centros de salud, hospitales, transporte público, restaurantes, etc., que en su mayoría no interviene en el proceso de producción pero son indispensables para el personal por su higiene, seguridad y comodidad.

### **3.2.6 Estructura legal / impositiva**

La nueva empresa para su correcto funcionamiento tendrá que cumplir con las leyes y ordenanzas municipales vigentes tales como: obtención del RUC, Afiliación a la respectiva cámara, patentes, afiliación a obligaciones generales, permisos bomberos, autorización de uso de suelo, etc.

### **3.2.7 Impactos ambientales**

El proyecto en sí, no genera impactos ambientales negativos ni dentro del área ni fuera de ella, no se utilizara materiales tóxicos en su elaboración o comercialización, el ruido ocasionado por la maquinas no será intenso y estará dentro de los márgenes permitido por la ley.

## **3.3 Matriz locacional**

Para la ubicación de la nueva empresa se realizara una ponderación de las variables analizadas, se llevará una calificación de 1 a 5 y la localización que tenga la mayor ponderación será la escogida como la óptima para ubicar la planta

### **3.3.1 Selección de la alternativa óptima**

Para nuestro proyecto hemos tomado en consideración 2 alternativas, las cuales después de ser calificadas y examinadas se tomara la mejor opción, para la calificación se determinó de la siguiente manera:

- 1: Factor bajo, que menos cumpla con el requerimiento.
- 3: Factor medio, que cumpla con el requerimiento.
- 5: Factor alto, que más cumpla con el requerimiento

- **Opciones**

**San Agustín:** calle Quito y Juan Abel Echeverría, oficina número 304, con terreno de 600 m<sup>2</sup> y oficinas de 210 m<sup>2</sup> (incluye bodega), arriendo mensual durante el primer año: \$400,00, no incluye servicios básicos.

**San Felipe:** Av. Iberoamericana y Paraguay, oficinas de 150 m<sup>2</sup>, arriendo mensual durante el primer año \$ 350,00, no incluye servicios básicos.

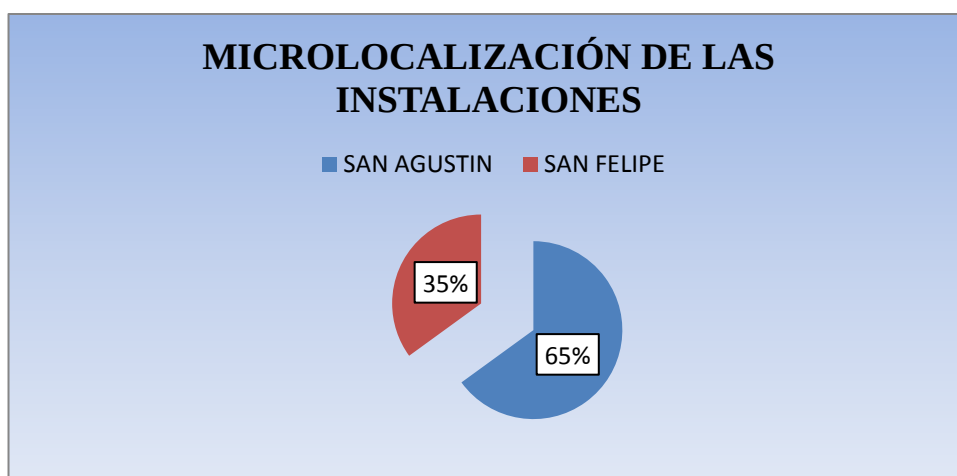
**Tabla 34: Matriz locacional**

| FACTOR                              | PESO        | SAN AGUSTIN  |             | SAN FELIPE   |             |
|-------------------------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|                                     |             | CALIFICACIÓN | PONDERACIÓN | CALIFICACIÓN | PONDERACIÓN |
| Cercanía al mercado                 | 25%         | 5            | 1,25        | 1            | 0,25        |
| Disponibilidad de materias primas   | 25%         | 5            | 1,25        | 3            | 0,75        |
| Disponibilidad de servicios basicos | 15%         | 5            | 0,75        | 3            | 0,45        |
| Disponibilidad de transporte        | 15%         | 5            | 0,75        | 3            | 0,45        |
| Estructura impositiva               | 15%         | 3            | 0,45        | 1            | 0,15        |
| Impacto ambiental                   | 5%          | 3            | 0,15        | 3            | 0,15        |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>100%</b> |              | <b>4,15</b> |              | <b>2,05</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Gráfico 23: Resultados matriz locacional.**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## **Análisis de la mejor alternativa**

De acuerdo a los resultados obtenidos del cuadro anterior se determina como la mejor alternativa de localización óptima del proyecto la opción del sector de San Agustín debido a que cuenta con la mayor ponderación de los factores analizados, es decir, brinda mayores facilidades, beneficios y accesibilidad al mercado meta, lo cual nos permitirá tener una mayor agilidad con una respuesta oportuna e inmediata para un pedido.

### **Las variables de impacto se analizan de la siguiente manera:**

- Es un sector netamente comercial, donde se desarrolla la mayor cantidad de actividades comerciales, además de representar un sector tranquilo, con poca contaminación y seguro para las personas que lo transitan.
- El arriendo es un rubro de \$400,00 mensuales con un espacio físico de 210m2 de construcción y un total de 600m2, incluidos parqueaderos internos, de lo cual se hará una correcta distribución del espacio físico, en función de la seguridad, higiene, procesos y planes de contingencia.
- Por ser un sector céntrico dispone de todos los servicios básicos y públicos: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, telecomunicaciones, entidades bancarias, restaurantes, hospitales, centros de entretenimiento, etc.
- Las vías de acceso se encuentran en excelentes condiciones son asfaltadas y cuando requieren de mantenimiento son inmediatamente arregladas, al cliente le tomará en llegar en promedio entre 6 y 8 minutos desde el centro (Plaza del Salto), además no son vías congestionadas y se cuenta con parqueaderos dentro de la zona comercial, a pocos metros se encuentra el centro comercial el Rosal que está próximo a inaugurarse y el cual también representa nuestro mercado objetivo.

En consecuencia determinamos su ubicación exacta:

**País:** Ecuador

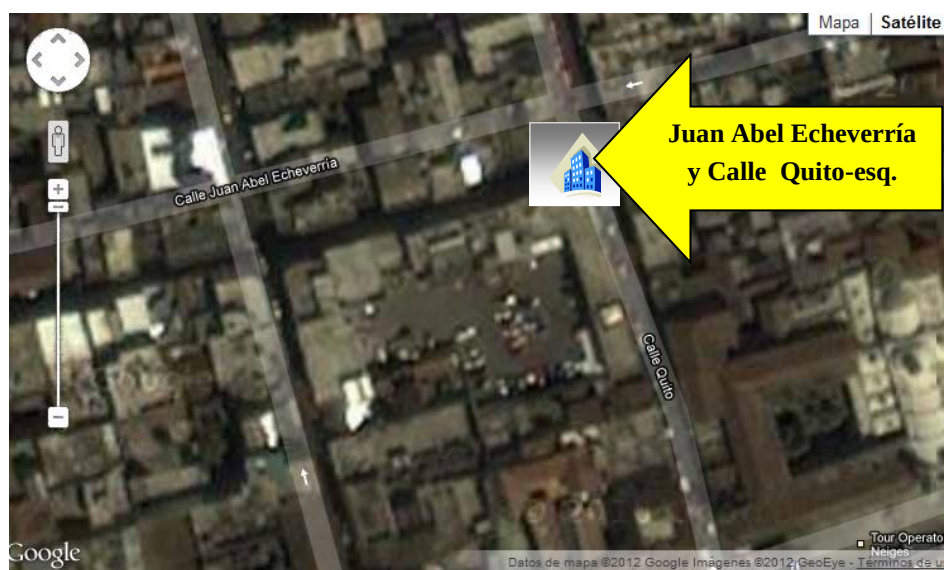
**Región:** Sierra

**Provincia:** Cotopaxi

**Cantón:** Latacunga

**Parroquia:** San Agustín

**Gráfico 24: Plano de Micro-Localización**



**Fuentes:** Google earth pro image satellite

## **CAPÍTULO IV**

### **4. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

“El estudio de la Ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio”<sup>3</sup>

Dentro del estudio de ingeniería de este proyecto debemos determinar las características óptimas del proceso de producción, de esta manera manejar de forma responsable los recursos involucrados en cada proceso, determinar el tipo de maquinaria y el esquema de distribución de la planta, proporcionando de esta manera un producto de calidad, y un ambiente agradable para nuestros trabajadores.

En la ingeniería del proyecto determinaremos cual será el monto de inversión total y como se distribuirá todos los activos dentro de la empresa, lo que incluye maquinaria, espacio físico, materias primas, insumos y materiales de oficina.

#### **4.1 EL producto**

El producto considerado en nuestro proyecto es la producción y comercialización de camisetas polo con publicidad POP, el cual se determinó en el estudio de mercado, a través de la encuesta realizada, y representa nuestro producto estrella.

##### **4.1.1 Características de las telas**

El producto será elaborado en 2 tipos de materiales tal como se especifica a continuación:

---

<sup>3</sup>MIRANDA, Juan José, **Op. Cit.** p. 132.

- **Tela algodón:** es una fibra vegetal se caracteriza por su finura, pureza, brillo y por sobre todo de la longitud de sus fibras: mayor longitud, más fino, resistente y regular es el hilo que se obtenga.

El algodón es utilizado en muchas prendas de vestir por su gran poder absorbente, resistencia al calor, al lavado, no se apolilla ni se apelmaza.

Por las características de esta tela, se determina el uso para las camisetas polo con terminado estampado, esta tela es de tipo satinada, es decir lisa lo que asegura la garantía y definición perfecta de colores al momento de aplicar el estampe con la plancha al calor con las tonalidades de colores, obteniendo un terminado con alta resolución en colores y diseños.

**Gráfico 25: Tela algodón**



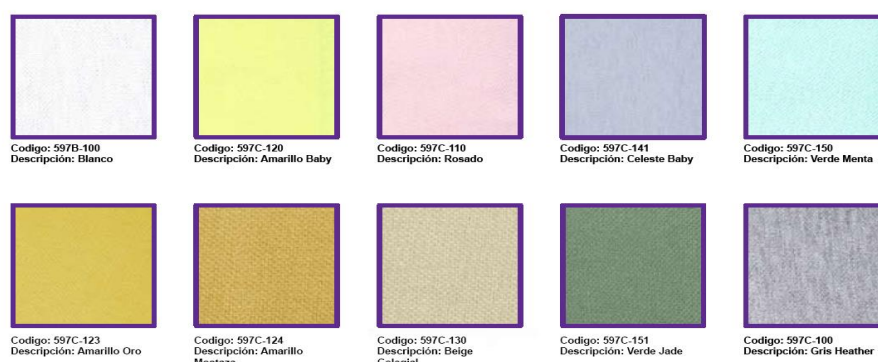
**Fuente:** Distribuciones Ecuatex, 2012

- **Tela piqué:** es un tejido de algodón que se distingue por sus dibujos en relieve, como un nido de abeja.

El piqué o punto imperial contiene más almidón que la tela llana, lo que produce un frente de camisa más tieso.

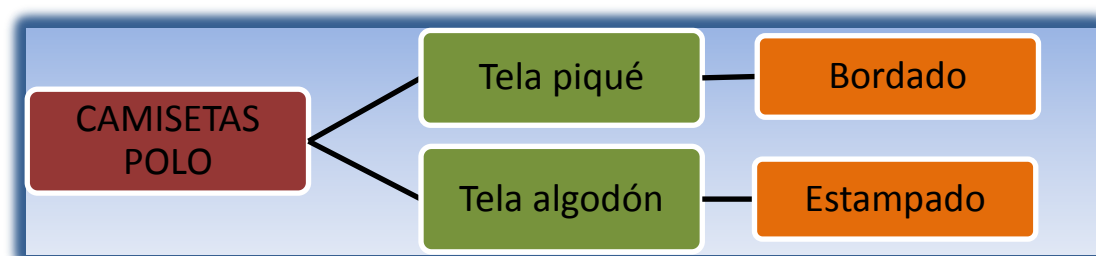
Al ser una tela regular porosa es una buena característica para realizar bordado, de igual manera como la tela anterior se obtiene una alta resolución en colores y diseños e imágenes.

**Gráfico 26: Tela pique**



**Fuente:** Distribuciones Ecuatex, 2012

**Gráfico 27: Materiales para la elaboración - camisetas polo.**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Este proyecto trabajaremos de acuerdo a los pedidos de nuestros clientes, además que el rol no es transformar materia prima en materia elaborada, en nuestro caso se trata de tener proveedores que nos brinden la materia prima elaborada: telas, hilos, cuellos, botones, etc., para posteriormente dar forma y diseño al producto.

Nuestra área de diseño en trabajo conjunto con la empresa elaborará el diseño del cual se esté manejando la idea, con lo cual tendremos un producto y servicio diferenciado, de alta calidad, que satisfaga las necesidades del cliente y nos brinde rentabilidad al negocio y recurso humano que labora en ella.

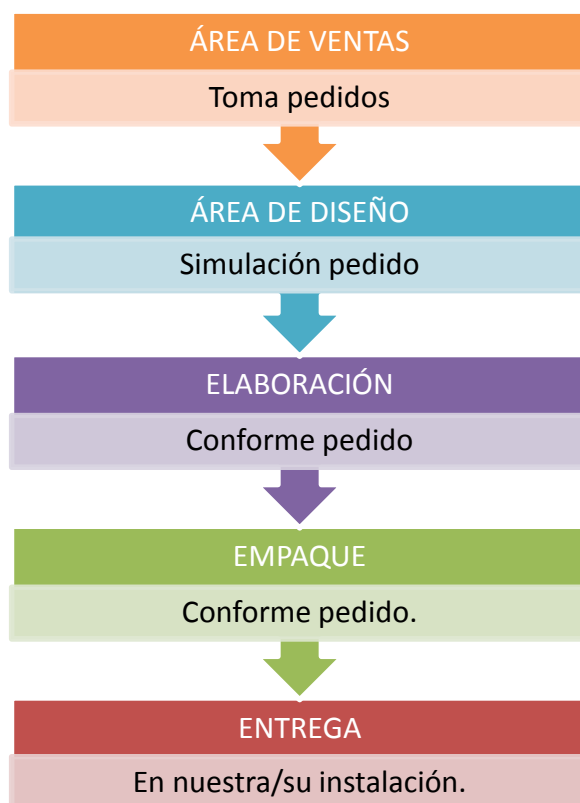
Por tal razón nosotros no mantendremos un stock de artículos terminados, porque elaboraremos las prendas acorde a la orden de compra, en la cual se detalla cantidades y requerimientos para ese trabajo, es decir, todo lo que produzcamos lo

entregaremos al cliente, y los productos en cada pedido se diferenciaron en cantidad, tamaño y diseños, la calidad será la mejor para todos los pedidos.

#### **4.1.2 Proceso de elaboración**

- a. Toma de pedido:** el cliente, intermediario o consumidor se acercará a nuestras oficinas para realizar su o sus pedidos que desea efectuar, los asesores comerciales le guiarán en cuanto a precios y cantidades mínimas de pedido y en general la forma de trabajo.
- b. Área de diseño:** se trabaja bajo orden de compra que envían nuestros asesores comerciales a esta área, en la cual consta todo lo que el cliente solicita, desde colores, formas, tallas, terminados, características del trabajo y tiempos de entrega, esto le ayuda al diseñador a guiarse en el trabajo, como respaldo irán las firmas de responsabilidad, los tiempos de trabajo permiten la organización interna del mismo, para que pase por las diferentes áreas hasta su culminación, que será de un día antes de la fecha tope de entrega.
- c. Área de ventas:** cuando diseño realice la simulación de logos, diseños, artes, esto se le hará llegar al cliente para que realice la aprobación o las respectivas modificaciones y cuando ya esté aprobado, se notifica a nivel interno de la empresa para que se empiece a preparar todo el material para su elaboración
- d. Realización del producto.-** se procederá al corte de la tela según tallas solicitadas para elaborar la camiseta luego se cose y finalmente bordado o estampado según requerimiento.
- e. Empaque:** las camisetas se las empaca de forma individual en fundas plásticas, las cuales llevarán un adhesivo de seguridad con el nombre de la empresa.
- f. Entrega:** el cliente cumplido el tiempo de entrega se acercará a nuestras oficinas o a su vez nuestro chofer de manera oportuna le hará llegar el pedido en la dirección solicitada, con un recargo por transporte, ya sea en el vehículo propio para nivel local o en transporte de carga a nivel nacional.

**Gráfico 28: Proceso de elaboración por área**

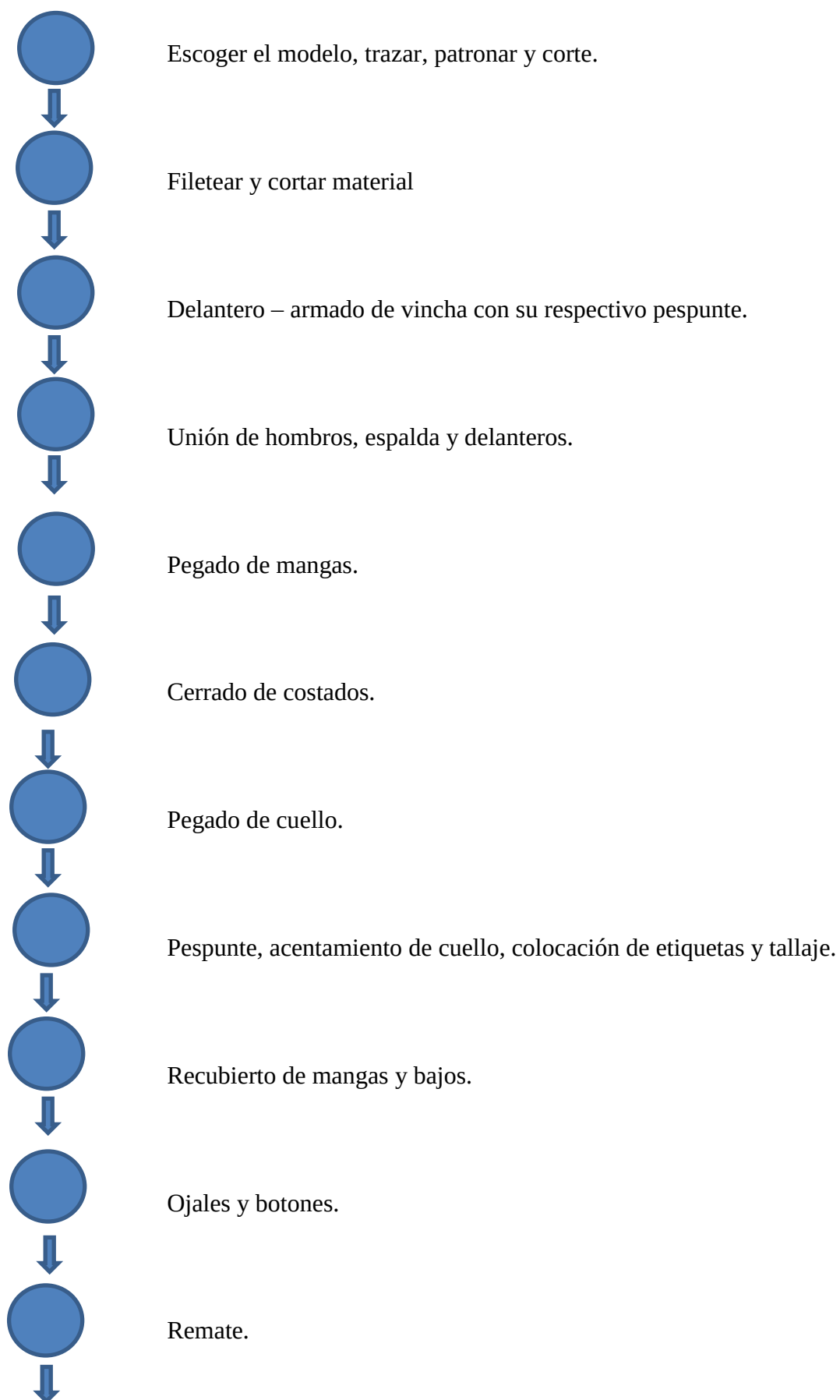


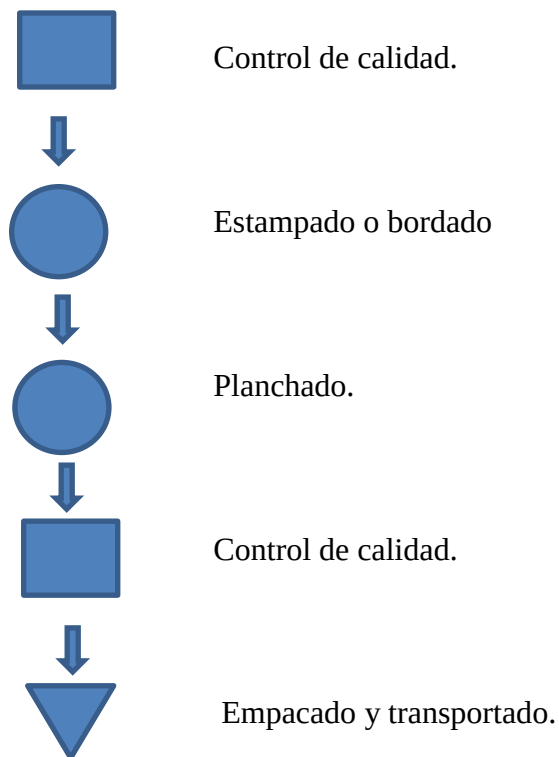
**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado:** autoras

Nuestro proceso de producción requiere de muchos sub procesos que todos sumados dan un proceso de producción, en cada sub proceso existen personas responsables para que nuestro personal tenga a cargo una sola función en la que serán capacitados, para tener una especialización de cargos, con eficiencia y a su vez evitar mal uso de la maquinaria.

**Gráfico 29: Flujo grama de trabajo - elaboración camisetas polo**





**Fuente:** Profesional en corte y confección-Sra. Adriana Chala, 2012

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Este flujo grama indica cada paso para la elaboración de camisetas polo, es decir únicamente los pasos que se realizan dentro del proceso netamente de producción.

#### **a) Proceso de producción con tiempos promedios**

Luego de haber analizado nuestro proceso de producción por áreas, por cada sub proceso, es necesario analizar los tiempos de producción por camiseta, para ver cuántas camisetas polo se puede elaborar durante las 8 horas de trabajo por día.

**Tabla 35: Proceso de producción con tiempos requeridos**

| NUM                                                       | ACTIVIDADES DEL PROCESOS                                          | TIEMPOS MINUTOS | RESPONSABLE     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
| <b>ÁREA DE DISEÑO Y CORTE</b>                             |                                                                   |                 |                 |
| 1                                                         | Revisión y preparación de la materia prima                        | 1,5             | Jefe Producción |
| 2                                                         | Corte de la tela tubular                                          | 0,5             | Operario 1 y 2  |
| 3                                                         | Aplicación del patrón                                             | 0,5             | Operario 1 y 2  |
| 4                                                         | Revisión de medidas / tablas                                      | 0,5             | Operario 1 y 2  |
| 5                                                         | Corte de la tela en piezas                                        | 0,3             | Operario 1 y 2  |
| <b>ÁREA DE CONFECCIÓN</b>                                 |                                                                   |                 |                 |
| 6                                                         | Delantero (Máquina recta)                                         | 0,5             | Operario 3      |
| 7                                                         | Armado de vincha (Máquina recta)                                  | 0,3             | Operario 3      |
| 8                                                         | Pespunte (Máquina recta)                                          | 0,5             | Operario 3      |
| 9                                                         | Unión de piezas (espalda, delantero y hombros) (Máquina overlock) | 0,4             | Operario 4      |
| 10                                                        | Pegado de mangas (Máquina overlock)                               | 0,6             | Operario 4      |
| 11                                                        | Cerrado de Costados (Máquina overlock)                            | 0,3             | Operario 4      |
| 12                                                        | Pegado de cuello en (Máquina recta)                               | 0,3             | Operario 3      |
| <b>ÁREA DE ACABADOS</b>                                   |                                                                   |                 |                 |
| 13                                                        | Pegado pespunte (Máquina recta)                                   | 0,3             | Operario 3      |
| 14                                                        | Asentamiento de cuello (Máquina recta)                            | 0,3             | Operario 3      |
| 15                                                        | Colocación de etiqueta y tallaje (Máquina recta)                  | 0,3             | Operario 3      |
| 16                                                        | Control de calidad (cero defectos de fabricación)                 | 0,3             | Jefe Producción |
| 17                                                        | Recubierta de mangas y bajos (Pie de máquina recta)               | 1,3             | Operario 3      |
| 18                                                        | Ojales y botones (Pie de máquina recta)                           | 1,43            | Operario 3      |
| 19                                                        | Remate (Máquina overlock)                                         | 0,5             | Operario 4      |
| 20                                                        | Bordado o estampado incluido impresión (bordadora/ estampadora)   | 2               | Operario 5      |
| 21                                                        | Planchado                                                         | 0,2             | Operario 1 y 2  |
| 22                                                        | Revisión de camisetas (Cero defectos de terminado)                | 0,2             | Jefe Producción |
| 23                                                        | Empaque                                                           | 0,2             | Operario 1 y 2  |
| 24                                                        | Tiempo para imprevistos (roturas agujas, cambio de hilo)          | 3               |                 |
| <b>TIEMPO TOTAL EN MINUTOS UTILIZADOS EN CONFECCIONAR</b> |                                                                   | <b>16,23</b>    |                 |

**Fuente:** Profesional en corte y confección-Sra. Adriana Chalá

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Analizando mediante el Flujo grama de procesos con tiempos de elaboración, se requiere de 16,23 minutos para elaborar una camiseta polo, utilizando 8 máquinas, 5 Operarios de Taller, 1 Jefe de Producción (control de calidad) y 1 Diseñador, además dentro de los 16,23 minutos de producción se considera una estimación de tiempo para imprevistos de 3 minutos que pudieren ocasionar cuellos de botella, pero como las máquinas y equipos son nuevos, los empleados capacitados solo pudiera generar retrasos en cuanto al quiebre de agujas o cambios de hilos y si se originan otros imprevistos de causas mayores se deberá ver la mejor opción y resolver ese problema para mejorar la eficiencia y eficacia de nuestro proceso de producción, Cabe tomar en cuenta que elaborar una camiseta polo toma determinado tiempo, pero cuando se maneja por lotes de producción los tiempos se reducen, porque no es lo mismo cortar pieza por pieza para armar una camiseta, que cortar simultáneamente al mismo tiempo determinado número de piezas, de igual manera coser todas por seguido, que cada una por separado.

#### 4.1.3 Proceso de compra de materiales

- a. **Búsqueda de proveedores:** realizar contacto con los proveedores de tela y de los demás materiales o insumos para la elaboración de camisetas polo, todos nuestros proveedores son ubicados localmente, se presenta la lista de nuestros posibles proveedores.

Son aquellas personas que nos proveen de todo tipo de material que el proceso de producción requiere para obtener un producto terminado.

**Tabla 36: Proveedores locales**

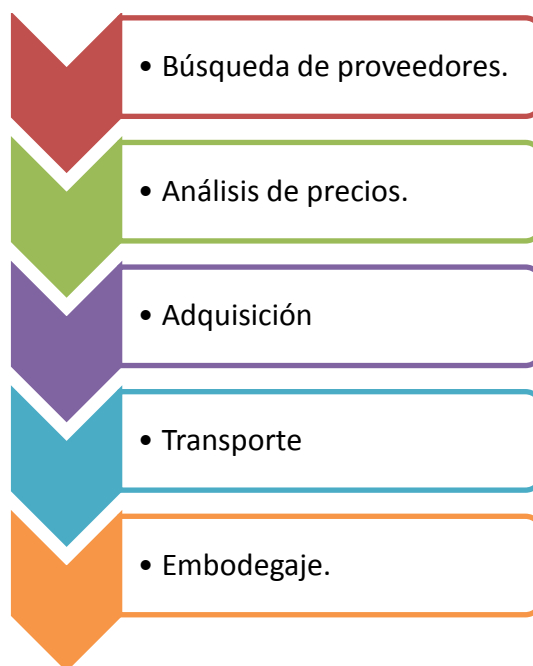
| TELA              | HILOS         | BOTONES      | MAQUINARIA           |
|-------------------|---------------|--------------|----------------------|
| Ecuatex           | Ecuatex       | Ecuatex      | Importadora Pazmiño. |
| Multi Compras     | Multi Compras | Importadores |                      |
| Texpac            | Nilotex       |              |                      |
| Nilotex           | Politex       |              |                      |
| Politex           |               |              |                      |
| Textiles Toruasal |               |              |                      |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- b. **Análisis de precios:** la lista de proveedores que se maneja y sus respectivas cotizaciones se tomara la opción más rentable, a través de la evaluación de los precios en el mercado, se procederá según orden de compra.
- c. **Adquisición:** verificación del tipo de tela, e insumos que se van a utilizar, especialmente bajo los parámetros de calidad.
- d. **Transporte:** trasladar la tela o insumos a nuestras bodegas.
- e. **Embodegaje:** conforme requerimiento almacenar junto al centro de cada operación.

**Gráfico 30: Proceso de compra**



**Fuente:** Investigación realizada.

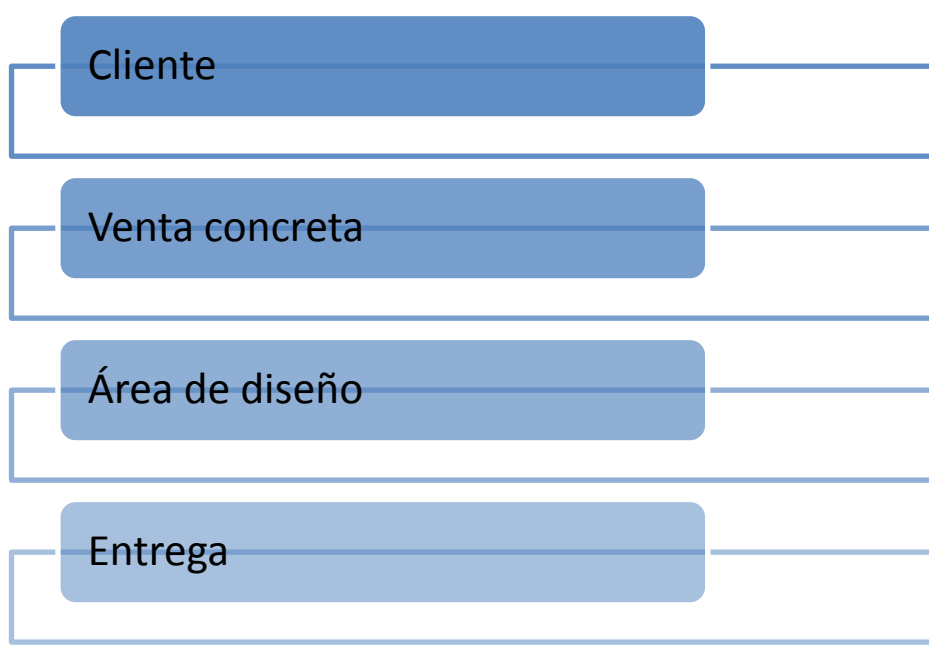
**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **4.1.4 Proceso de venta**

- a. **Cliente:** para nuestra empresa es importante los gustos y preferencias del cliente, es decir, es lo más importante, por ende se estará buscando capturar mercado ofreciendo un producto excelente y de buena calidad.

- b. **Venta concreta:** en el momento de la recepción de los pedidos, se firma la orden de compra conforme requerimiento de las partes, se procede a la facturación, y recepción del abono u otra forma de pago.
- c. **Área de diseño:** recibirá orden de compra firmada por el cliente y del jefe/a de ventas, con esto se confirma que el trabajo está aprobado con fecha límite de entrega.
- d. **Entrega:** para realizar la entrega será en nuestras instalaciones o en los locales conforme pedido, en este último, caso se entregara en el vehículo apropiado para transportar.

**Gráfico 31: Proceso de venta**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 4.2 La inflación

“La inflación es medida estadísticamente a través de los índices de precios al Consumidor del área urbana, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.” (BCE, 2012)

Para este estudio de factibilidad y sus respectivas proyecciones se considera los datos estadísticos de la inflación de hace 3 años, con estos datos se saca el valor promedio que será el porcentaje que se utiliza para proyectar las ventas, costos de operación, gastos de ventas y gasto financieros.

**Tabla 37: Inflación**

| <b>AÑO</b>            | <b>FECHA</b> | <b>VALOR</b>   |
|-----------------------|--------------|----------------|
| <b>2012</b>           | NOVIEMBRE    | 4,77%          |
|                       | OCTUBRE      | 4,94%          |
|                       | SEPTIEMBRE   | 5,22%          |
|                       | AGOSTO       | 4,88%          |
|                       | JULIO        | 5,09%          |
|                       | JUNIO        | 5,00%          |
|                       | MAYO         | 4,85%          |
|                       | ABRIL        | 5,42%          |
|                       | MARZO        | 6,12%          |
|                       | FEBRERO      | 5,53%          |
| <b>2011</b>           | ENERO        | 5,29%          |
|                       | DICIEMBRE    | 5,41%          |
|                       | NOVIEMBRE    | 5,53%          |
|                       | OCTUBRE      | 5,50%          |
|                       | SEPTIEMBRE   | 5,39%          |
|                       | AGOSTO       | 4,84%          |
|                       | JULIO        | 4,44%          |
|                       | JUNIO        | 4,28%          |
|                       | MAYO         | 4,23%          |
|                       | ABRIL        | 3,88%          |
| <b>2010</b>           | MARZO        | 3,57%          |
|                       | FEBRERO      | 3,39%          |
|                       | ENERO        | 3,17%          |
|                       | DICIEMBRE    | 3,33%          |
| <b>TOTAL</b>          |              | <b>120,47%</b> |
| <b>No. DATOS</b>      |              | <b>26</b>      |
| <b>VALOR PROMEDIO</b> |              | <b>4,63%</b>   |

**Fuente:** Banco Central del Ecuador. Boletín resumen 2010:2012.

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

El valor promedio de la inflación lo obtenemos a través de la sumatoria total de los datos, dividida para el número de datos, y ese valor lo utilizamos para las respectivas proyecciones, que se detallan en el capítulo financiero.

### 4.3 Determinación del porcentaje de participación de cada tipo de prenda

Para el respectivo estudio y proyecciones de los costos por requerimientos de cada tipo de prenda, se realiza una encuesta en la zona comercial de influencia de la empresa, en este caso corresponde al Centro del Cantón Latacunga.

Para ello se realiza una encuesta adicional al azar a 20 empresas e instituciones educativas, la necesidad surge de determinar los gustos y preferencias por el tipo de material que tienen mayor incidencia de pedido en dicho mercado, se determinan prototipos de productos con la finalidad de facilitar la elección, toda la información se muestra a continuación:

#### Análisis de resultados

**Tabla 38: Opciones de elaboración de camisetas tipo polo**

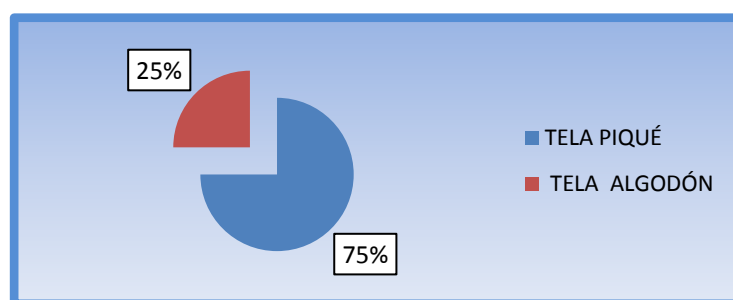
| Inst. Educativa o Empresa | CAMISETAS BORDADAS | CAMISETAS ESTAMPADAS | Total |
|---------------------------|--------------------|----------------------|-------|
|                           | TELA PIQUÉ         | TELA ALGODÓN         |       |
| Empresa                   | 12                 | 4                    | 16    |
| Inst. Educativa           | 3                  | 1                    | 4     |
| Total                     | 15                 | 5                    | 20    |

**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Anexo 5**

**Gráfico 32: Opciones de elaboración de camisetas polo**



**Fuente:** Encuesta realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## **Análisis**

A través de la aplicación de esta encuesta determinamos el porcentaje de participación de cada tipo de prenda que nos hemos planteado producir y comercializar, siendo así que el 75% de los encuestados prefiere las camisetas tipo polo en tela Piqué con terminado bordado, ya que por las características de la tela, se presenta una mejor definición de colores, y el 25% de los encuestados opta por adquirir camisetas en tela algodón con terminado estampado, esto porque manifiestan que al ser una tela lisa y llana presenta mejor definición de colores con este tipo de sellado de colores, esta información nos permite determinar el porcentaje de participación de cada producto.

### **4.3.1 Cuantificación de preferencias del mercado objetivo**

Después de analizar los gustos y preferencias de nuestro mercado objetivo procedemos a dar un porcentaje de participación por cada prenda que tendrá en el mercado, calculando del total de la cantidad del mercado objetivo propuesto para este proyecto, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

**Tabla 39: Producción por tipo de prenda**

| <b>AÑO</b> | <b>TOTAL</b>    | <b>25 %<br/>ESTAMPADO<br/>(unidades)</b> | <b>75 %<br/>BORDADO<br/>(unidades)</b> |
|------------|-----------------|------------------------------------------|----------------------------------------|
|            | <b>Tabla 26</b> |                                          |                                        |
| 2013       | 16491           | 4123                                     | 12368                                  |
| 2014       | 17034           | 4258                                     | 12775                                  |
| 2015       | 17577           | 4394                                     | 13183                                  |
| 2016       | 18120           | 4530                                     | 13590                                  |
| 2017       | 18662           | 4666                                     | 13997                                  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4 Requerimientos del proyecto

Para este proyecto es necesario determinar en unidades o cantidades los requerimientos por área y totales, con el fin de establecer consecutivamente costos y gastos totales, toda la información se detalla a continuación.

##### 4.4.1 Materia prima

Corresponde a los materiales que se emplean para la elaboración de la prenda, son parte del producto por lo tanto deben ser muy bien escogidos, de esto depende tener un producto final de calidad y que son para la elaboración de camisetas polo.

**Tabla 40: Materiales utilizados en la elaboración camisetas polo**

| <b>MATERIALES DIRECTOS</b> | <b>MATERIALES INDIRECTOS</b> |
|----------------------------|------------------------------|
| Telas                      | Papel de sublimación         |
| Botones                    | Fundas plásticas             |
| Pelón                      | Etiquetas.                   |
| Hilos                      |                              |
| Cuellos                    |                              |
| Tintas de estampar         |                              |

**Fuente:** Profesional Corte y confección.

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 41: Materia prima directa- requerimientos camisetas polo bordadas**

| <b>DETALLE</b>   | <b>CANT.</b> |
|------------------|--------------|
| Telas (m)        | 0,7          |
| Botones (unidad) | 3            |
| Pelón (m)        | 0,13         |
| Hilos (m)        | 150          |
| Cuellos (unidad) | 1            |

**Fuente:** Profesional Corte y confección.

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 42: Materia prima directa- requerimiento camiseta polo estampada**

| DETALLE                      | CANT. |
|------------------------------|-------|
| Telas (m)                    | 0,7   |
| Botones (unidad)             | 3     |
| Pelón (m)                    | 0,13  |
| Hilos (m)                    | 75    |
| Cuellos (unidad)             | 1     |
| Tintas de Estampar (mililit) | 0,5   |

**Fuente:** Profesional Corte y confección.

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 43: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo bordada**

| DETALLE                   | CANT. |
|---------------------------|-------|
| Fundas plásticas (unidad) | 1     |
| Etiquetas. (unidad)       | 1     |

**Fuente:** Profesional Corte y confección.

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 44: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo estampada**

| DETALLE                   | CANT. |
|---------------------------|-------|
| Papel de sublimación (m)  | 0,06  |
| Fundas plásticas (unidad) | 1     |
| Etiquetas. (unidad)       | 1     |

**Fuente:** Profesional Corte y confección.

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 45: Detalle de materiales- camisetas polo bordadas**

| 2013                      |                                 |                      |                       |
|---------------------------|---------------------------------|----------------------|-----------------------|
| DETALLE                   | CANT.<br>UTILIZADA/<br>CAMISETA | PRECIO<br>UNIT. (\$) | CANTIDAD<br>REQUERIDA |
|                           | Tabla 41                        | Tabla 36             | Tabla 39              |
| Telas (m)                 | 0,7                             | \$ 3,04              | 8657,84               |
| Botones (unidad)          | 3                               | \$ 0,05              | 37105                 |
| Pelón (m)                 | 0,13                            | \$ 1,40              | 1607,88               |
| Hilos (m)                 | 150                             | \$ 0,00              | 1855250,70            |
| Cuellos (unidad)          | 1                               | \$ 1,22              | 12368                 |
| Fundas plásticas (unidad) | 1                               | \$ 0,02              | 12368                 |
| Etiquetas. (unidad)       | 1                               | \$ 0,01              | 12368                 |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 46: Detalle de materiales- camisetas polo estampadas**

| 2013                            |                                    |                      |                       |
|---------------------------------|------------------------------------|----------------------|-----------------------|
| DETALLE                         | CANTIDAD<br>UTILIZADA/<br>CAMISETA | PRECIO<br>UNIT. (\$) | CANTIDAD<br>REQUERIDA |
|                                 | Tabla 42                           | Tabla 36             | Tabla 39              |
| Telas (m)                       | 0,7                                | \$ 3,04              | 2885,95               |
| Botones (unidad)                | 3                                  | \$ 0,05              | 12368                 |
| Pelón (m)                       | 0,13                               | \$ 1,40              | 535,96                |
| Hilos (m)                       | 75                                 | \$ 0,00              | 309208,45             |
| Cuellos (unidad)                | 1                                  | \$ 1,22              | 4123                  |
| Papel de sublimación (m)        | 0,06                               | \$ 0,04              | 247,37                |
| Fundas plásticas (unidad)       | 1                                  | \$ 0,02              | 4123                  |
| Tintas de Estampar (mililitros) | 0,5                                | \$ 0,07              | 2061,39               |
| Etiquetas. (unidad)             | 1                                  | \$ 0,01              | 4123                  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 47: Proyección de materiales- camisetas polo bordadas**

| AÑOS                      | 2014                  | 2015                  | 2016                  | 2017                  |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>PROD./ Tabla 26</b>    | <b>12775</b>          | <b>13183</b>          | <b>13590</b>          | <b>13997</b>          |
| DETALLE                   | CANTIDAD<br>REQUERIDA | CANTIDAD<br>REQUERIDA | CANTIDAD<br>REQUERIDA | CANTIDAD<br>REQUERIDA |
|                           | Tabla 39              | Tabla 39              | Tabla 39              | Tabla 39              |
| Telas (m)                 | 8942,83               | 9227,81               | 9512,80               | 9797,79               |
| Botones (unidad)          | 38326                 | 39548                 | 40769                 | 41991                 |
| Pelón (m)                 | 1660,81               | 1713,74               | 1766,66               | 1819,59               |
| Hilos (m)                 | 1916319,69            | 1977388,68            | 2038457,68            | 2099526,67            |
| Cuellos (unidad)          | 12775                 | 13183                 | 13590                 | 13997                 |
| Fundas plásticas (unidad) | 12775                 | 13183                 | 13590                 | 13997                 |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 48: Proyección de materiales- camisetas polo estampadas**

| AÑOS                           | 2014                  | 2015                  | 2016                  | 2017                  |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>PRODUCCION</b>              | <b>4258</b>           | <b>4394</b>           | <b>4530</b>           | <b>4666</b>           |
| DETALLE                        | CANTIDAD<br>REQUERIDA | CANTIDAD<br>REQUERIDA | CANTIDAD<br>REQUERIDA | CANTIDAD<br>REQUERIDA |
|                                | Tabla 39              | Tabla 39              | Tabla 39              | Tabla 39              |
| Telas (m)                      | 2980,94               | 3075,94               | 3170,93               | 3265,93               |
| Botones (unidad)               | 12775                 | 13183                 | 13590                 | 13997                 |
| Pelón (m)                      | 553,60                | 571,25                | 588,89                | 606,53                |
| Hilos (m)                      | 319386,62             | 329564,78             | 339742,95             | 349921,11             |
| Cuellos (unidad)               | 4258                  | 4394                  | 4530                  | 4666                  |
| Papel de sublimación (m)       | 255,51                | 263,65                | 271,79                | 279,94                |
| Fundas plásticas (unidad)      | 4258                  | 4394                  | 4530                  | 4666                  |
| Tintas de Estampar (mililitro) | 2129,24               | 2197,10               | 2264,95               | 2332,81               |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.2 Mano de obra

Para todas las áreas de la empresa, elaboración y comercialización se ha determinado la mano de obra que se requiere tanto directa como indirecta, están en función de los requerimientos del proyecto.

- **Mano de obra directa:** está conformada por todas las personas que directamente están involucradas con la elaboración del producto, es decir, los operarios del taller, para ello este personal deberá ser previamente capacitado con la finalidad de cumplir con un producto de calidad.
- **Mano de obra indirecta:** todas las personas que conforman el área administrativa, de ventas y la mano de obra indirecta de producción, no están involucrados en la elaboración y procesamiento del producto, pero si en la comercialización, bosquejo y administración de los recursos.

**Tabla 49: Mano de obra**

| MANO DE OBRA DIRECTA | MANO DE OBRA INDIRECTA |                |                 |
|----------------------|------------------------|----------------|-----------------|
|                      | PRODUCCIÓN             | VENTAS         | ADMINISTRACIÓN  |
| Operarios            | Jefe de producción     | Jefe de ventas | Presidente      |
|                      | Diseñador.             |                | Gerente general |
|                      |                        |                | Contador(a)     |
|                      |                        |                | Recepcionista   |
|                      |                        |                | Chofer          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y dirección, en este proyecto al encontrarse en una zona comercial no se tendrá inconveniente en la disponibilidad de la misma.

#### 4.4.3 Suministros de planta

Consideramos como suministros de planta a los instrumentos por medio de los cuales se transforma la materia prima y se da forma con los correspondientes materiales, los cuales son:

**Tabla 50: Suministros de planta (u)**

| DETALLE                        | CANT. |
|--------------------------------|-------|
| Tijeras grandes / tipo sastre  | 5     |
| Tijeras medianas / tipo sastre | 5     |
| Tijeras pequeñas / tipo sastre | 5     |
| Estiletes.                     | 12    |
| Tizas                          | 24    |
| Paño de aguja                  | 12    |
| Pinzas                         | 12    |
| Caja de alfiler                | 9     |
| Juego de desarmadores          | 3     |
| Mandiles de trabajo            | 12    |
| Mascarillas                    | 30    |
| Gorras                         | 6     |
| Botiquín de primeros auxilios  | 1     |
| Extintor de incendios          | 3     |
| Cintas métricas                | 6     |
| Reglas de medición             | 6     |
| Escuadras de patronaje         | 6     |
| Corta hilachas                 | 3     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.4 Suministros de oficina

Es el abastecimiento de materiales que se da a las personas o trabajadores de una empresa para cumplir con las diferentes funciones dentro de la organización.

**Tabla 51: Suministros de oficina (u)**

| DETALLE             | CANTIDAD<br>TOTAL | ADM | VENTAS | PROD. |
|---------------------|-------------------|-----|--------|-------|
| Lápiz               | 9                 | 5   | 2      | 2     |
| Esferos             | 9                 | 5   | 2      | 2     |
| Resma de papel bond | 10                | 10  | 0      | 0     |
| Borradores.         | 9                 | 5   | 2      | 2     |
| Estiletes.          | 1                 | 1   | 0      | 0     |
| Grapas.             | 3                 | 3   | 0      | 0     |
| Clip pequeños       | 3                 | 3   | 0      | 0     |
| Clip mariposa       | 3                 | 3   | 0      | 0     |
| Goma                | 3                 | 2   | 1      | 0     |
| Carpeta archivadora | 21                | 13  | 6      | 2     |
| Cartuchos B/N       | 1                 | 1   | 0      | 0     |
| Ligas               | 12                | 12  | 0      | 0     |
| Cinta embalaje      | 1                 | 1   | 0      | 0     |
| Resaltadores        | 5                 | 5   | 0      | 0     |
| Reglas              | 2                 | 2   | 0      | 0     |
| Cera                | 2                 | 2   | 0      | 0     |
| Folders de cartón   | 5                 | 5   | 0      | 0     |
| Grapadora           | 5                 | 3   | 1      | 1     |
| Perforadora.        | 1                 | 1   | 0      | 0     |
| Saca grapas         | 1                 | 1   | 0      | 0     |
| Sellos              | 5                 | 4   | 1      | 0     |
| Separadores         | 36                | 24  | 12     | 0     |
| Almohadilla         | 3                 | 3   | 0      | 0     |
| Libreta de facturas | 12                | 0   | 12     | 0     |
| CD * 100            | 12                | 12  | 0      | 0     |
| Cinta scotch        | 12                | 12  | 0      | 0     |
| Sobre manila        | 12                | 12  | 0      | 0     |
| Marcador para CD    | 2                 | 2   | 0      | 0     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.5 Suministros de limpieza

Se prevé cierta cantidad se suministros de limpieza que servirán para mantener en condiciones higiénicas el aspecto de la empresa y de los empleados.

**Tabla 52: Suministros de limpieza (u)**

| DETALLE                   | CANTIDAD<br>TOTAL | ADM | VENTAS | PROD. |
|---------------------------|-------------------|-----|--------|-------|
| Tachos de basura          | 7                 | 3   | 1      | 3     |
| Pala de basura            | 2                 | 1   | 0      | 1     |
| Toallas de papel          | 6                 | 6   | 0      | 0     |
| Desinfectante             | 6                 | 6   | 0      | 0     |
| Jabón líquido             | 6                 | 6   | 0      | 0     |
| Jabón pasta               | 6                 | 6   | 0      | 0     |
| Foco ahorrador            | 13                | 6   | 2      | 5     |
| Fundas de basura          | 52                | 52  | 0      | 0     |
| Escobas                   | 2                 | 1   | 0      | 1     |
| Trapeadores               | 2                 | 1   | 0      | 1     |
| Dispensadores de papel hi | 3                 | 2   | 0      | 1     |
| Papel higiénico           | 24                | 24  | 0      | 0     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.6 Muebles y enseres

Nuestra empresa comercial demanda de la adquisición de muebles y enseres con el propósito de contar con oficinas para el área administrativa y operativa que brinden confort que facilite el trabajo diario para el cumplimiento de nuestra actividad empresarial, los cuales pasan a formar parte de los activos de la empresa, se detallan a continuación:

**Tabla 53: Muebles y enseres (u)**

| DETALLE                    | CANTIDAD<br>TOTAL | ADM | VENTAS | PROD. |
|----------------------------|-------------------|-----|--------|-------|
| Mesas de corte             | 3                 | 0   | 0      | 3     |
| Mesas de trabajo           | 2                 | 0   | 0      | 2     |
| Sillas de trabajo          | 12                | 3   | 2      | 7     |
| Sillas plásticas (comedor) | 14                | 3   | 4      | 7     |
| Sillones ejecutivos        | 8                 | 5   | 2      | 1     |
| Mesas plásticas            | 1                 | 1   | 0      | 0     |
| Anaqueles                  | 8                 | 5   | 1      | 2     |
| Escritorio jecutivo        | 5                 | 3   | 1      | 1     |
| Sala de espera             | 1                 | 1   | 0      | 0     |
| Vitrinas                   | 1                 | 0   | 1      | 0     |
| Archivadores               | 6                 | 3   | 1      | 2     |
| Estaciones modulares       | 3                 | 2,5 | 0      | 0,5   |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.7 Equipo de computación

Son bienes tangibles de uso frecuente y refiere a ordenadores electrónicos y sus accesorios que facilitan las operaciones administrativas, y para iniciar las operaciones se requieren los siguientes equipos de computación.

**Tabla 54: Equipo de computación (u)**

| DETALLE      | CANTIDAD TOTAL | ADM | VENTAS | PROD. |
|--------------|----------------|-----|--------|-------|
| Computadoras | 9              | 5   | 2      | 2     |
| Copiadora    | 1              | 1   | 0      | 0     |
| Impresoras   | 1              | 1   | 0      | 0     |
| Escáner      | 1              | 1   | 0      | 0     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.8 Equipo de oficina

Comprende aquellos bienes muebles que están destinados para uso y servicio de la compañía, relacionados con actividades de tipos administrativos y contables, y se requiere adquirir los siguientes equipos los cuales colaboraran con las actividades diarias de la empresa.

**Tabla 55: Equipo de oficina (u)**

| DETALLE            | CANTIDAD TOTAL | ADM | VENTAS | PROD. |
|--------------------|----------------|-----|--------|-------|
| Central Telefónica | 1              | 1   | 0      | 0     |
| Teléfonos          | 4              | 3   | 1      | 0     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.9 Maquinaria

Se ha planificado adquirir los siguientes equipos para las actividades de producción y naturaleza propia de la empresa, como son:

**Tabla 56: Maquinaria**

| DETALLE                 | CANT. |
|-------------------------|-------|
| Cortadora eléctrica     | 1     |
| Máquina recta           | 2     |
| Máquina overlock        | 1     |
| Plancha semi-industrial | 1     |
| Máquina bordadora       | 1     |
| Plotter de impresión    | 1     |
| Plancha estampadora     | 1     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Cortadora eléctrica manual**

**MARCA:** ACE K-90



**Fuente:** Importadora Pazmiño

Máquina cortadora de cuchilla circular con afilador a dos caras, sin contra cuchilla. Adecuada para cortes de materiales delicados, camisería, lycras y guatas.

- Consumo de energía: 80W
- Dimensión de la cuchilla: 90mm
- Altura de corte: 25mm
- Velocidad de la cuchilla: 1450 r.p.m.
- Peso: 2,6Kg

- **Maquina recta industrial**

**MARCA: JUKI DDDL-8300N**



**Fuente:** Importadora Pazmiño

Máquina de coser recta de 2 agujas tipo industrial, cangrejo de eje vertical, lubricación automática, cose todo tipo de tela liviana y pesada. Se utiliza para unir telas ya cortadas.

- Motor  $\frac{3}{4}$  hp.
- Velocidad de coser: 5500 rpm
- Largo de la puntada 5mm.
- Viene con mesa fórmica color blanco
- Consumo de energía 600W

- Peso 120kg.
- Se debe incluir 2 juegos de pies de máquina que son instrumentos que permiten pegar botones, hacer ojales y otros trabajos de costura como recubrimientos y dobladillos, mediante el uso e intercambio de estas pieza que se adaptan en la maquina recta.

- **Máquina industrial overlock**

**MARCA: JUKI MO- 6700D**



**Fuente:** Importadora Pazmiño

Máquina de coser con 5 hilos, dos agujas y puntada de seguridad, gancho superior de lazada alta, dos hileras de dientes para trabajo medio, tiene pie para insertar cinta, lubricación automática, sirve para remallar prendas.

- Velocidad máxima 7000 rpm
- Ancho de over 4.0mm
- Consumo de energía 400W
- Peso 150kg.

- **Máquina bordadora**

**MARCA: BROTHER BES 1240, 2 CABEZAS, 12 HILOS**



**Fuente:** Importadora Pazmiño

Bordadora de origen americano, con 4 cabezales y 12 colores de hilos, que permite un acabado perfecto a full color.

- Área de Bordado 30 x 30 cm
- Numero de agujas: 12
- Velocidad Máxima 1,000 rpm
- Memoria: 250,000 puntadas/99 diseños
- Cambio de Color Automático
- Corta-hilo automático
- Sensores de Hilo roto
- Sensores de bobina vacía
- Bobinador
- Peso:180kg
- Consumo de energía 600W

- **Plotter de impresión**

**MARCA: EPSON PRO- 7700**



**Fuente:** Megadocuentros

Estas rápidas y flexibles impresoras de 24 pulgadas mejoran aún más sus impresiones profesionales con la incorporación de Magenta Vivo al juego de cartuchos de tinta Epson UltraChrome. Gracias a su color más preciso, duradero y realista, transformarán el modo en que imprimes materiales para puntos de venta, impresiones CAD/GIS y mucho más.

- Gran fiabilidad y alto rendimiento
- Gran fiabilidad y alto rendimiento
- Tecnología de tintas Epson Ultra Chrome, con 5 colores y magenta vivo
- Total versatilidad en papeles
- Nuevo sistema de soporte de rollo sin eje
- Cortador giratorio ultra rápido
- Diseñada para entornos de máxima productividad
- Velocidad de impresión 360 p.p.p
- Consumo de energía 104W
- Peso 84.8kg.

- **Plancha estampadora**

**MARCA: HASHIMA HP- 4536A.**



**Fuente:** Importadora Pazmiño

Plancha para estampar camisetas, de uso industrial, con una sola bandeja lateral, diseñada para trabajo sobre mesa, brinda practicidad por sus dimensiones, con sistema de calentamiento uniforme para un óptimo estampado.

- Consumo de energía 2,5W
- Peso: 80kg
- Rendimiento 110Hz
- Temporizador 0-60 seg.

- **Plancha semi-industrial**

**MARCA: ROWENTTA. DW9041D1**



**Fuente:** Importadora Pazmiño

Hecha para trabajo fuerte, de alto rendimiento, el planchado a vapor le deja la prenda sin arrugas.

- Capacidad diseñada 20hz
- Consumo de energía 800W
- Peso 4 kg

#### **4.4.10 Vehículos**

Es aquel que sirve como medio de transporte, y está dentro de activos de la empresa, las características, capacidad y modelo requerido están en función de las necesidades del negocio, está destinado para el uso y servicio en las actividades propias que realiza la empresa tales como: movilización del personal, transporte de carga de mercaderías y materias primas.

**Tabla 57: Vehículo**

| CANT | DETALLE   | CARACTERÍSTICA | FUNCIÓN                                                                                                                 | IMAGEN                                                                                |
|------|-----------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Furgoneta | Mini Van       | Transportar pedidos a las oficinas de nuestros los clientes, según contrato firmado por mutuo acuerdo entre las partes. |  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.11 Combustible

El combustible que se utiliza para la furgoneta es gasolina súper, que el precio en el mercado está dado por \$ 2,00 y sirve para la movilización del vehículo.

**Tabla 58: Combustible**

| CONSUMO DIARIO | FUNCIÓN              |
|----------------|----------------------|
| 1,5 galones    | Movilización empresa |

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| Administración               | 20%         |
| Ventas                       | 40%         |
| Producción                   | 40%         |
| <b>TOTAL<br/>COMBUSTIBLE</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.12 Servicios básicos

Se considera que para la ejecución de un proyecto de factibilidad, se van a hacer uso de servicios básicos tales como agua potable, luz eléctrica, teléfono e internet, el agua potable se determinó su consumo en base a que utilizaremos una oficina y su uso sería mínimo, la energía eléctrica se determinó en base a las maquinas, horas de trabajo, equipo electrónico instalado, el consumo por servicio telefónico se determina en función del uso y destino de las llamadas, es por ello que no todos los trabajadores dispondrán de un teléfono de libre acceso, será solo para áreas específicas y necesarias de trabajo, el servicio de internet se estima en base a la cotización de un plan empresarial de TV Cable, disponible para las empresas, sin diferencias cuantas máquinas tengan acceso a la red dentro del área establecida.

**Tabla 59: Servicios básicos**

|                            |
|----------------------------|
| <b>CONSUMO DE AGUA</b>     |
| Pension básica             |
| Adicional                  |
| <b>CONSUMO DE LUZ</b>      |
| Pension básica             |
| Consumo de máquinas        |
| <b>CONSUMO DE TELÉFONO</b> |
| Pension básica             |
| Consumo de recepción       |
| Consumo administración     |
| <b>CONSUMO INTERNET</b>    |
| Consumo mensual            |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **4.4.13 Publicidad**

Desembolso de dinero para hacer publicidad de nuestros productos con el objetivo de venderlos, se estima un valor desde la realización del pre lanzamiento y adecuaciones necesarias para mantenerlos durante un periodo contable.

**Tabla 60: Publicidad**

| <b>CANT.</b> | <b>DETALLE</b>                  |
|--------------|---------------------------------|
| 1            | Página web.                     |
| 1            | Gifts away                      |
| 500          | Hojas volantes                  |
| 1            | Publicación en el diario Gaceta |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.4.14 Arriendo del local

Tal como se determinó en el estudio de localización, nosotros vamos a optar por arrendar, debido a que esta opción nos brinda más cercanía al mercado, servicios básicos, materias primas y otros factores que hacen que el negocio se vuelva rentable con esta opción.

#### 4.5 Determinación de la inversión total

Una vez determinados todos los requerimientos del negocio, necesitamos analizar cada uno en unidades monetarias, se determina el valor mensual y anual, tanto de los costos y gastos en los que se incurriría al implementarse la empresa, como se detalla a continuación:

##### 4.5.1 Materia prima

Se analiza el costo en el que vamos a incurrir para conocer cuánto dinero invertimos por la producción de cada camiseta polo ya sea bordada o estampada, se determina la materia prima directa e indirecta que se requiere para la producción, está calculado en función de unidad de camiseta, para de esta manera determinar cuál sería el costo de la materia prima.

**Tabla 61: Materia prima directa- requerimiento camiseta polo bordada (\$)**

| DETALLE          | CANT.    | PRECIO UNIT. |
|------------------|----------|--------------|
|                  | Tabla 41 | Tabla 36     |
| Telas (m)        | 0,7      | \$ 3,04      |
| Botones (unidad) | 3        | \$ 0,05      |
| Pelón (m)        | 0,13     | \$ 1,40      |
| Hilos (m)        | 150      | \$ 0,00      |
| Cuellos (unidad) | 1        | \$ 1,22      |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 62: Materia prima directa- requerimiento camiseta polo estampada**

| DETALLE                      | CANT.    | PRECIO UNIT. |
|------------------------------|----------|--------------|
|                              | Tabla 42 | Tabla 36     |
| Telas (m)                    | 0,7      | \$ 3,04      |
| Botones (unidad)             | 3        | \$ 0,05      |
| Pelón (m)                    | 0,13     | \$ 1,40      |
| Hilos (m)                    | 75       | \$ 0,00      |
| Cuellos (unidad)             | 1        | \$ 1,22      |
| Tintas de Estampar (mililit) | 0,5      | \$ 0,07      |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 63: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo bordada**

| DETALLE                   | CANT.    | PRECIO UNIT. |
|---------------------------|----------|--------------|
|                           | Tabla 43 | Tabla 36     |
| Fundas plásticas (unidad) | 1        | \$ 0,02      |
| Etiquetas. (unidad)       | 1        | \$ 0,01      |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 64: Materiales indirectos- requerimiento camiseta polo estampada**

| DETALLE                  | CANT.    | PRECIO UNIT |
|--------------------------|----------|-------------|
|                          | Tabla 44 | Tabla 36    |
| Papel de sublimación (m) | 0,06     | \$ 0,04     |
| Fundas plásticas (u)     | 1        | \$ 0,02     |
| Etiquetas. (u)           | 1        | \$ 0,01     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 65: Detalle materiales camisetas polo bordadas (\$)**

| 2013                      |                                     |                      |                       |                 |
|---------------------------|-------------------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------|
| DETALLE                   | CANTIDAD<br>UTILIZADA /<br>CAMISETA | PRECIO<br>UNIT. (\$) | CANTIDAD<br>REQUERIDA | PRECIO<br>TOTAL |
|                           | Tabla 45                            |                      |                       |                 |
| Telas (m)                 | 0,7                                 | \$ 3,04              | 8657,84               | \$ 26.319,82    |
| Botones (unidad)          | 3                                   | \$ 0,05              | 37105                 | \$ 1.855,25     |
| Pelón (m)                 | 0,13                                | \$ 1,40              | 1607,88               | \$ 2.251,04     |
| Hilos (m)                 | 150                                 | \$ 0,00              | 1855250,70            | \$ 1.113,15     |
| Cuellos (unidad)          | 1                                   | \$ 1,22              | 12368                 | \$ 15.089,37    |
| Fundas plásticas (unidad) | 1                                   | \$ 0,02              | 12368                 | \$ 247,37       |
| Etiquetas. (unidad)       | 1                                   | \$ 0,01              | 12368                 | \$ 86,58        |
| TOTAL                     |                                     |                      |                       | \$ 46.962,58    |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 66: Detalle materiales- camisetas polo estampadas (\$)**

| 2013                            |                                 |                   |                    |                   |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| DETALLE                         | CANTIDAD UTILIZADA/<br>CAMISETA | PRECIO UNIT. (\$) | CANTIDAD REQUERIDA | PRECIO TOTAL (\$) |
|                                 | Tabla 46                        |                   |                    |                   |
| Telas (m)                       | 0,7                             | \$ 3,04           | 2885,95            | \$ 8.773,27       |
| Botones (unidad)                | 3                               | \$ 0,05           | 12368              | \$ 618,42         |
| Pelón (m)                       | 0,13                            | \$ 1,40           | 535,96             | \$ 750,35         |
| Hilos (m)                       | 75                              | \$ 0,00           | 309208,45          | \$ 185,53         |
| Cuellos (unidad)                | 1                               | \$ 1,22           | 4123               | \$ 5.029,79       |
| Papel de sublimación (m)        | 0,06                            | \$ 0,04           | 247,37             | \$ 9,89           |
| Fundas plásticas (unidad)       | 1                               | \$ 0,02           | 4123               | \$ 82,46          |
| Tintas de Estampar (mililitros) | 0,5                             | \$ 0,07           | 2061,39            | \$ 144,30         |
| Etiquetas. (unidad)             | 1                               | \$ 0,01           | 4123               | \$ 28,86          |
| TOTAL                           |                                 |                   |                    | \$ 15.622,86      |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 67: Proyección materiales- camisetas polo Bordadas**

| AÑOS                      | 2014                  |                      | 2015                  |                      | 2016                  |                      | 2017                  |                      |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|
| PRODUCCION                | Tabla 47              | 12775                | Tabla 47              | 13183                | Tabla 47              | 13590                | Tabla 47              | 13997                |
| DETALLE                   | CANTIDAD<br>REQUERIDA | PRECIO<br>TOTAL (\$) | CANTIDAD<br>REQUERIDA | PRECIO<br>TOTAL (\$) | CANTIDAD<br>REQUERIDA | PRECIO<br>TOTAL (\$) | CANTIDAD<br>REQUERIDA | PRECIO<br>TOTAL (\$) |
| Telas (m)                 | 8942,83               | \$ 27.186,19         | 9227,81               | \$ 28.052,55         | 9512,80               | \$ 28.918,92         | 9797,79               | \$ 29.785,29         |
| Botones (unidad)          | 38326                 | \$ 1.916,32          | 39548                 | \$ 1.977,39          | 40769                 | \$ 2.038,46          | 41991                 | \$ 2.099,53          |
| Pelón (m)                 | 1660,81               | \$ 2.325,13          | 1713,74               | \$ 2.399,23          | 1766,66               | \$ 2.473,33          | 1819,59               | \$ 2.547,43          |
| Hilos (m)                 | 1916319,69            | \$ 1.149,79          | 1977388,68            | \$ 1.186,43          | 2038457,68            | \$ 1.223,07          | 2099526,67            | \$ 1.259,72          |
| Cuellos (unidad)          | 12775                 | \$ 15.586,07         | 13183                 | \$ 16.082,76         | 13590                 | \$ 16.579,46         | 13997                 | \$ 17.076,15         |
| Fundas plásticas (unidad) | 12775                 | \$ 255,51            | 13183                 | \$ 263,65            | 13590                 | \$ 271,79            | 13997                 | \$ 279,94            |
| Etiquetas. (unidad)       | 12775                 | \$ 89,43             | 13183                 | \$ 92,28             | 13590                 | \$ 95,13             | 13997                 | \$ 97,98             |
| <b>TOTAL</b>              |                       | <b>\$ 48.508,44</b>  |                       | <b>\$ 50.054,30</b>  |                       | <b>\$ 51.600,16</b>  |                       | <b>\$ 53.146,02</b>  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 68: Proyección materiales- camisetas polo estampadas**

| AÑOS                           | 2014               |                     | 2015               |                     | 2016               |                     | 2017               |                     |
|--------------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| PRODUCCION                     | Tabla 48           | 4258                | Tabla 48           | 4394                | Tabla 48           | 4530                | Tabla 48           | 4666                |
| DETALLE                        | CANTIDAD REQUERIDA | PRECIO TOTAL (\$)   | CANTIDAD REQUERIDA | PRECIO TOTAL (\$)   | CANTIDAD REQUERIDA | PRECIO TOTAL (\$)   | CANTIDAD REQUERIDA | PRECIO TOTAL (\$)   |
| Telas (m)                      | 2980,94            | \$ 9.062,06         | 3075,94            | \$ 9.350,85         | 3170,93            | \$ 9.639,64         | 3265,93            | \$ 9.928,43         |
| Botones (unidad)               | 12775              | \$ 638,77           | 13183              | \$ 659,13           | 13590              | \$ 679,49           | 13997              | \$ 699,84           |
| Pelón (m)                      | 553,60             | \$ 775,04           | 571,25             | \$ 799,74           | 588,89             | \$ 824,44           | 606,53             | \$ 849,14           |
| Hilos (m)                      | 319386,62          | \$ 191,63           | 329564,78          | \$ 197,74           | 339742,95          | \$ 203,85           | 349921,11          | \$ 209,95           |
| Cuellos (unidad)               | 4258               | \$ 5.195,36         | 4394               | \$ 5.360,92         | 4530               | \$ 5.526,49         | 4666               | \$ 5.692,05         |
| Papel de sublimación (m)       | 255,51             | \$ 10,22            | 263,65             | \$ 10,55            | 271,79             | \$ 10,87            | 279,94             | \$ 11,20            |
| Fundas plásticas (unidad)      | 4258               | \$ 85,17            | 4394               | \$ 87,88            | 4530               | \$ 90,60            | 4666               | \$ 93,31            |
| Tintas de estampar (mililitro) | 2129,24            | \$ 149,05           | 2197,10            | \$ 153,80           | 2264,95            | \$ 158,55           | 2332,81            | \$ 163,30           |
| Etiquetas. (unidad)            | 4258               | \$ 29,81            | 4394               | \$ 30,76            | 4530               | \$ 31,71            | 4666               | \$ 32,66            |
| <b>TOTAL</b>                   |                    | <b>\$ 16.137,12</b> |                    | <b>\$ 16.651,37</b> |                    | <b>\$ 17.165,63</b> |                    | <b>\$ 17.679,88</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **4.5.2 Mano de obra**

A continuación podemos ver con cuántos empleados cuenta nuestra empresa, y cuánto dinero vamos a pagar mensualmente por este rubro, se detalla todos los beneficios que tienen el empleado y las obligaciones que debe pagar el empleador en un determinado tiempo.

##### **Elementos del sueldo**

- Sueldo básico unificado (SBU): determinado según la ley, en el año 2013 es de \$ 318.00, se lo paga mensualmente, en nuestro caso se proyecta para cada año con relación al análisis de la inflación de los últimos 3 años.
- Aporte patronal. Es el valor que debe cubrir el empleador al IESS, es el valor mensual que tiene que cubrir el empleador por mantener trabajadores en su empresa laborando, el 12,15% de la remuneración del trabajador corresponde el 11,15% como aporte al IESS, seguro campesino, y subsidio por maternidad y el 1% restante corresponde al IECE y SECAP.
- Aporte personal: remuneración mensual del trabajador, corresponde al 9,35% de la remuneración mensual del trabajador, corre a cargo del trabajador y es descontado de su rol de pago mensual.
- Décimo tercero (XIII): remuneración percibida en el año, que se cancelara hasta el 24 Dic de cada año, y corresponde a la 12ava parte de la remuneración percibida entre el 1º de Diciembre del año anterior al 30 de Noviembre del año en curso.

- Décimo cuarto (XIV): Corresponde a un sueldo básico unificado, como lo mencionado al año 2013 corresponde \$ 318,00, el periodo de cálculo es desde el 1º de Agosto del año anterior hasta el 30 de Julio del año en curso, la fecha de pago en la región Sierra y Oriente es hasta el 15 de agosto, en la región Costa e Insular es hasta el 15 de Marzo de cada año.
- Fondos de reserva: tienen derecho todos los trabajadores que hayan cumplido un año de trabajo para el mismo patrono, le corresponde 8,35% de la remuneración de aportación, se lo paga de forma mensual y directa a sus trabajadores conjuntamente con la remuneración.
- Vacaciones: tienen derecho todos los trabajadores que hayan cumplido un año de trabajo para el mismo patrono, caso contrario se paga el proporcional, es decir el periodo de cálculo es a partir del 2do año de servicios y le corresponde la 24 ava. parte de lo percibido en el periodo que se calcula, se paga al cumplir un año de trabajo, se puede acumular hasta por 3 años y gozarlas en el 4to año, de no hacerlo pierde el 1er año de vacaciones.

Se presenta el cálculo para el primer año y las proyecciones para los siguientes años, tal como se muestra a continuación:

**Tabla 69: Cálculo mano de obra- 2013 (\$)**

| RECURSO HUMANO     | N. PER    | SUELDO             | SUELDO TOTAL       | IESS PATRONA L 12,15% | XIII             | XIV              | F. RESERVA     | VACACIONES     | COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL | COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|--------------------|-----------|--------------------|--------------------|-----------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Presidente         | 1         | \$ 500,00          | \$ 500,00          | \$ 60,75              | \$ 41,67         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 626,75                   | \$ 626,75                          | \$ 7.521,00                |
| Gerente general    | 1         | \$ 500,00          | \$ 500,00          | \$ 60,75              | \$ 41,67         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 626,75                   | \$ 626,75                          | \$ 7.521,00                |
| Contador(a)        | 1         | \$ 450,00          | \$ 450,00          | \$ 54,68              | \$ 37,50         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 566,51                   | \$ 566,51                          | \$ 6.798,10                |
| Jefe de ventas     | 1         | \$ 450,00          | \$ 450,00          | \$ 54,68              | \$ 37,50         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 566,51                   | \$ 566,51                          | \$ 6.798,10                |
| Diseñador          | 1         | \$ 350,00          | \$ 350,00          | \$ 42,53              | \$ 29,17         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 446,03                   | \$ 446,03                          | \$ 5.352,30                |
| Recepcionista      | 1         | \$ 318,00          | \$ 318,00          | \$ 38,64              | \$ 26,50         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 407,47                   | \$ 407,47                          | \$ 4.889,64                |
| Chofer             | 1         | \$ 318,00          | \$ 318,00          | \$ 38,64              | \$ 26,50         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 407,47                   | \$ 407,47                          | \$ 4.889,64                |
| Jefe de producción | 1         | \$ 450,00          | \$ 450,00          | \$ 54,68              | \$ 37,50         | \$ 24,33         | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 566,51                   | \$ 566,51                          | \$ 6.798,10                |
| Operarios          | 5         | \$ 318,00          | \$ 1.590,00        | \$ 193,19             | \$ 132,50        | \$ 121,67        | \$ 0,00        | \$ 0,00        | \$ 2.037,35                 | \$ 407,47                          | \$ 24.448,22               |
| <b>TOTAL</b>       | <b>13</b> | <b>\$ 3.654,00</b> | <b>\$ 4.926,00</b> | <b>\$ 598,51</b>      | <b>\$ 410,50</b> | <b>\$ 316,33</b> | <b>\$ 0,00</b> | <b>\$ 0,00</b> | <b>\$ 6.251,34</b>          | <b>\$ 4.621,46</b>                 | <b>\$ 75.016,11</b>        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 70: Cálculo mano de obra- 2014 (\$)**

| RECURSO HUMANO     | N. PER    | SUELDO             | SUELDO TOTAL       | IESS PATRONA L 12,15% | XIII             | XIV              | F. RESERVA       | VACACIONES       | COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL | COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|--------------------|-----------|--------------------|--------------------|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Presidente         | 1         | \$ 523,15          | \$ 523,15          | \$ 63,56              | \$ 43,60         | \$ 24,33         | \$ 43,58         | \$ 21,80         | \$ 720,02                   | \$ 720,02                          | \$ 8.640,22                |
| Gerente general    | 1         | \$ 523,15          | \$ 523,15          | \$ 63,56              | \$ 43,60         | \$ 24,33         | \$ 43,58         | \$ 21,80         | \$ 720,02                   | \$ 720,02                          | \$ 8.640,22                |
| Contador(a)        | 1         | \$ 470,84          | \$ 470,84          | \$ 57,21              | \$ 39,24         | \$ 24,33         | \$ 39,22         | \$ 19,62         | \$ 650,45                   | \$ 650,45                          | \$ 7.805,40                |
| Jefe de ventas     | 1         | \$ 470,84          | \$ 470,84          | \$ 57,21              | \$ 39,24         | \$ 24,33         | \$ 39,22         | \$ 19,62         | \$ 650,45                   | \$ 650,45                          | \$ 7.805,40                |
| Diseñador          | 1         | \$ 366,21          | \$ 366,21          | \$ 44,49              | \$ 30,52         | \$ 24,33         | \$ 30,50         | \$ 15,26         | \$ 511,31                   | \$ 511,31                          | \$ 6.135,75                |
| Recepcionista      | 1         | \$ 332,72          | \$ 332,72          | \$ 40,43              | \$ 27,73         | \$ 24,33         | \$ 27,72         | \$ 13,86         | \$ 466,79                   | \$ 466,79                          | \$ 5.601,47                |
| Chofer             | 1         | \$ 332,72          | \$ 332,72          | \$ 40,43              | \$ 27,73         | \$ 24,33         | \$ 27,72         | \$ 13,86         | \$ 466,79                   | \$ 466,79                          | \$ 5.601,47                |
| Jefe de producción | 1         | \$ 470,84          | \$ 470,84          | \$ 57,21              | \$ 39,24         | \$ 24,33         | \$ 39,22         | \$ 19,62         | \$ 650,45                   | \$ 650,45                          | \$ 7.805,40                |
| Operario           | 5         | \$ 332,72          | \$ 1.663,62        | \$ 202,13             | \$ 138,63        | \$ 121,67        | \$ 27,72         | \$ 13,86         | \$ 2.167,63                 | \$ 433,53                          | \$ 26.011,53               |
| <b>TOTAL</b>       | <b>13</b> | <b>\$ 3.823,18</b> | <b>\$ 5.154,07</b> | <b>\$ 626,22</b>      | <b>\$ 429,51</b> | <b>\$ 316,33</b> | <b>\$ 318,47</b> | <b>\$ 159,30</b> | <b>\$ 7.003,90</b>          | <b>\$ 5.269,80</b>                 | <b>\$ 84.046,84</b>        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 71: Cálculo mano de obra- 2015 (\$)**

| RECURSO HUMANO     | N. PER    | SUELDO             | SUELDO TOTAL       | IESS PATRONAL 12,15% | XIII             | XIV              | F. RESERVA       | VACACIONES       | COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL | COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|--------------------|-----------|--------------------|--------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Presidente         | 1         | \$ 547,37          | \$ 547,37          | \$ 66,51             | \$ 45,61         | \$ 24,33         | \$ 45,60         | \$ 22,81         | \$ 752,23                   | \$ 752,23                          | \$ 9.026,74                |
| Gerente general    | 1         | \$ 547,37          | \$ 547,37          | \$ 66,51             | \$ 45,61         | \$ 24,33         | \$ 45,60         | \$ 22,81         | \$ 752,23                   | \$ 752,23                          | \$ 9.026,74                |
| Contador(a)        | 1         | \$ 492,63          | \$ 492,63          | \$ 59,86             | \$ 41,05         | \$ 24,33         | \$ 41,04         | \$ 20,53         | \$ 679,44                   | \$ 679,44                          | \$ 8.153,27                |
| Jefe de ventas     | 1         | \$ 492,63          | \$ 492,63          | \$ 59,86             | \$ 41,05         | \$ 24,33         | \$ 41,04         | \$ 20,53         | \$ 679,44                   | \$ 679,44                          | \$ 8.153,27                |
| Diseñador          | 1         | \$ 383,16          | \$ 383,16          | \$ 46,55             | \$ 31,93         | \$ 24,33         | \$ 31,92         | \$ 15,97         | \$ 533,86                   | \$ 533,86                          | \$ 6.406,32                |
| Recepcionista      | 1         | \$ 348,13          | \$ 348,13          | \$ 42,30             | \$ 29,01         | \$ 24,33         | \$ 29,00         | \$ 14,51         | \$ 487,27                   | \$ 487,27                          | \$ 5.847,30                |
| Chofer             | 1         | \$ 348,13          | \$ 348,13          | \$ 42,30             | \$ 29,01         | \$ 24,33         | \$ 29,00         | \$ 14,51         | \$ 487,27                   | \$ 487,27                          | \$ 5.847,30                |
| Jefe de producción | 1         | \$ 492,63          | \$ 492,63          | \$ 59,86             | \$ 41,05         | \$ 24,33         | \$ 41,04         | \$ 20,53         | \$ 679,44                   | \$ 679,44                          | \$ 8.153,27                |
| Operario           | 5         | \$ 348,13          | \$ 1.740,64        | \$ 211,49            | \$ 145,05        | \$ 121,67        | \$ 29,00         | \$ 14,51         | \$ 2.262,36                 | \$ 452,47                          | \$ 27.148,26               |
| <b>TOTAL</b>       | <b>13</b> | <b>\$ 4.000,19</b> | <b>\$ 5.392,71</b> | <b>\$ 655,21</b>     | <b>\$ 449,39</b> | <b>\$ 316,33</b> | <b>\$ 333,22</b> | <b>\$ 166,67</b> | <b>\$ 7.313,54</b>          | <b>\$ 5.503,65</b>                 | <b>\$ 87.762,45</b>        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 72: Cálculo mano de obra- 2016 (\$)**

| RECURSO HUMANO     | N. PER    | SUELDO             | SUELDO TOTAL       | IESS PATRONA L 12,15% | XIII             | XIV              | F. RESERVA       | VACACIONES       | COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL | COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|--------------------|-----------|--------------------|--------------------|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Presidente         | 1         | \$ 572,72          | \$ 572,72          | \$ 69,58              | \$ 47,73         | \$ 24,33         | \$ 47,71         | \$ 23,86         | \$ 785,93                   | \$ 785,93                          | \$ 9.431,16                |
| Gerente general    | 1         | \$ 572,72          | \$ 572,72          | \$ 69,58              | \$ 47,73         | \$ 24,33         | \$ 47,71         | \$ 23,86         | \$ 785,93                   | \$ 785,93                          | \$ 9.431,16                |
| Contador(a)        | 1         | \$ 515,44          | \$ 515,44          | \$ 62,63              | \$ 42,95         | \$ 24,33         | \$ 42,94         | \$ 21,48         | \$ 709,77                   | \$ 709,77                          | \$ 8.517,24                |
| Jefe de ventas     | 1         | \$ 515,44          | \$ 515,44          | \$ 62,63              | \$ 42,95         | \$ 24,33         | \$ 42,94         | \$ 21,48         | \$ 709,77                   | \$ 709,77                          | \$ 8.517,24                |
| Diseñador          | 1         | \$ 400,90          | \$ 400,90          | \$ 48,71              | \$ 33,41         | \$ 24,33         | \$ 33,40         | \$ 16,70         | \$ 557,45                   | \$ 557,45                          | \$ 6.689,41                |
| Recepcionista      | 1         | \$ 364,25          | \$ 364,25          | \$ 44,26              | \$ 30,35         | \$ 24,33         | \$ 30,34         | \$ 15,18         | \$ 508,71                   | \$ 508,71                          | \$ 6.104,51                |
| Chofer             | 1         | \$ 364,25          | \$ 364,25          | \$ 44,26              | \$ 30,35         | \$ 24,33         | \$ 30,34         | \$ 15,18         | \$ 508,71                   | \$ 508,71                          | \$ 6.104,51                |
| Jefe de producción | 1         | \$ 515,44          | \$ 515,44          | \$ 62,63              | \$ 42,95         | \$ 24,33         | \$ 42,94         | \$ 21,48         | \$ 709,77                   | \$ 709,77                          | \$ 8.517,24                |
| Operario           | 5         | \$ 364,25          | \$ 1.821,23        | \$ 221,28             | \$ 151,77        | \$ 121,67        | \$ 30,34         | \$ 15,18         | \$ 2.361,47                 | \$ 472,29                          | \$ 28.337,63               |
| <b>TOTAL</b>       | <b>13</b> | <b>\$ 4.185,40</b> | <b>\$ 5.642,39</b> | <b>\$ 685,55</b>      | <b>\$ 470,20</b> | <b>\$ 316,33</b> | <b>\$ 348,64</b> | <b>\$ 174,39</b> | <b>\$ 7.637,51</b>          | <b>\$ 5.748,33</b>                 | <b>\$ 91.650,10</b>        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 73: Cálculo mano de obra- 2017 (\$)**

| RECURSO HUMANO     | N. PER    | SUELDO             | SUELDO TOTAL       | IESS PATRONAL 12,15% | XIII             | XIV              | F. RESERVA       | VACACIONES       | COSTO EMPRES A MENSUAL TOTAL | COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|--------------------|-----------|--------------------|--------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Presidente         | 1         | \$ 599,23          | \$ 599,23          | \$ 72,81             | \$ 49,94         | \$ 24,33         | \$ 49,92         | \$ 24,97         | \$ 821,19                    | \$ 821,19                          | \$ 9.854,30                |
| Gerente general    | 1         | \$ 599,23          | \$ 599,23          | \$ 72,81             | \$ 49,94         | \$ 24,33         | \$ 49,92         | \$ 24,97         | \$ 821,19                    | \$ 821,19                          | \$ 9.854,30                |
| Contador(a)        | 1         | \$ 539,31          | \$ 539,31          | \$ 65,53             | \$ 44,94         | \$ 24,33         | \$ 44,92         | \$ 22,47         | \$ 741,51                    | \$ 741,51                          | \$ 8.898,07                |
| Jefe de ventas     | 1         | \$ 539,31          | \$ 539,31          | \$ 65,53             | \$ 44,94         | \$ 24,33         | \$ 44,92         | \$ 22,47         | \$ 741,51                    | \$ 741,51                          | \$ 8.898,07                |
| Diseñador          | 1         | \$ 419,46          | \$ 419,46          | \$ 50,96             | \$ 34,96         | \$ 24,33         | \$ 34,94         | \$ 17,48         | \$ 582,13                    | \$ 582,13                          | \$ 6.985,61                |
| Recepcionista      | 1         | \$ 381,11          | \$ 381,11          | \$ 46,31             | \$ 31,76         | \$ 24,33         | \$ 31,75         | \$ 15,88         | \$ 531,14                    | \$ 531,14                          | \$ 6.373,62                |
| Chofer             | 1         | \$ 381,11          | \$ 381,11          | \$ 46,31             | \$ 31,76         | \$ 24,33         | \$ 31,75         | \$ 15,88         | \$ 531,14                    | \$ 531,14                          | \$ 6.373,62                |
| Jefe de producción | 1         | \$ 539,31          | \$ 539,31          | \$ 65,53             | \$ 44,94         | \$ 24,33         | \$ 44,92         | \$ 22,47         | \$ 741,51                    | \$ 741,51                          | \$ 8.898,07                |
| Operario           | 5         | \$ 381,11          | \$ 1.905,56        | \$ 231,53            | \$ 158,80        | \$ 121,67        | \$ 31,75         | \$ 15,88         | \$ 2.465,17                  | \$ 493,03                          | \$ 29.582,06               |
| <b>TOTAL</b>       | <b>13</b> | <b>\$ 4.379,19</b> | <b>\$ 5.903,63</b> | <b>\$ 717,29</b>     | <b>\$ 491,97</b> | <b>\$ 316,33</b> | <b>\$ 364,79</b> | <b>\$ 182,47</b> | <b>\$ 7.976,48</b>           | <b>\$ 6.004,34</b>                 | <b>\$ 95.717,75</b>        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 4.5.3 Suministros de planta

Se analizara la cantidad de herramientas que se requieran con su respectivo costo para ver o aproximar el costo de las herramientas que se necesita, también se debe tener en cuenta que dentro del listado de herramientas hay ciertos productos que se compran una vez y estos no se los cambia mensualmente ya que no sufre deterioro al instante. Aunque al contrario hay productos que se necesitó adquirirlos mensualmente como tizas, agujas, alfileres, es por este factor que se realiza un cálculo mensual de lo que se requiere como suministro de planta, como se detalla a continuación:

**Tabla 74: Suministros de planta (\$)**

| DETALLE                       | CANT.      | PRECIO UNIT.<br>(\$) | PRECIO TOTAL<br>(\$) |
|-------------------------------|------------|----------------------|----------------------|
|                               | Tabla 50   | Tabla 36             |                      |
| Tijeras grandes/ tipo sastre  | 5          | \$ 4,50              | \$ 22,50             |
| Tijeras medianas/ tipo sastre | 5          | \$ 4,00              | \$ 20,00             |
| Tijeras pequeñas/ tipo sastre | 5          | \$ 3,50              | \$ 17,50             |
| Estiletes.                    | 12         | \$ 0,50              | \$ 6,00              |
| Tizas                         | 24         | \$ 0,05              | \$ 1,20              |
| Paño de aguja                 | 12         | \$ 1,50              | \$ 18,00             |
| Pinzas                        | 12         | \$ 1,00              | \$ 12,00             |
| Caja de alfiler               | 9          | \$ 0,40              | \$ 3,60              |
| Juego de desarmadores         | 3          | \$ 9,00              | \$ 27,00             |
| Mandiles de trabajo           | 12         | \$ 7,00              | \$ 84,00             |
| Mascarillas                   | 30         | \$ 0,20              | \$ 6,00              |
| Gorras                        | 6          | \$ 2,00              | \$ 12,00             |
| Botiquín de primeros auxilios | 1          | \$ 15,00             | \$ 15,00             |
| Extintor de incendios         | 3          | \$ 20,00             | \$ 60,00             |
| Cintas métricas               | 6          | \$ 0,50              | \$ 3,00              |
| Reglas de medición            | 6          | \$ 2,00              | \$ 12,00             |
| Escuadras de patrones.        | 6          | \$ 2,50              | \$ 15,00             |
| Corta hilachas                | 3          | \$ 0,80              | \$ 2,40              |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>160</b> |                      | <b>\$ 337,20</b>     |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.4 Suministros de oficina

Se estudia los suministros de oficina con su precio de venta al cual nosotros vamos a comprar, suministros que se requiere para todas las áreas de la empresa, tal como se presenta a continuación:

**Tabla 75: Suministros de oficina (\$)**

| DETALLE             | CANTIDAD | PRECIO UNIT.<br>(\$) | PRECIO<br>TOTAL (\$) | PRECIOS POR AREAS |                  |                |
|---------------------|----------|----------------------|----------------------|-------------------|------------------|----------------|
|                     | Tabla 51 |                      |                      | ADM.              | VENTAS           | PROD           |
| Lápiz               | 9        | \$ 0,20              | \$ 1,80              | \$ 1,00           | \$ 0,40          | \$ 0,40        |
| Esferos             | 9        | \$ 0,25              | \$ 2,25              | \$ 1,25           | \$ 0,50          | \$ 0,50        |
| Resma de papel bond | 10       | \$ 5,00              | \$ 50,00             | \$ 50,00          | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Borradores.         | 9        | \$ 0,10              | \$ 0,90              | \$ 0,50           | \$ 0,20          | \$ 0,20        |
| Estiletes.          | 1        | \$ 0,50              | \$ 0,50              | \$ 0,50           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Grapas.             | 3        | \$ 0,75              | \$ 2,25              | \$ 2,25           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Clip pequeños       | 3        | \$ 0,45              | \$ 1,35              | \$ 1,35           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Clip mariposa       | 3        | \$ 1,00              | \$ 3,00              | \$ 3,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Goma                | 3        | \$ 0,50              | \$ 1,50              | \$ 1,00           | \$ 0,50          | \$ 0,00        |
| Carpeta archivadora | 21       | \$ 1,00              | \$ 21,00             | \$ 13,00          | \$ 6,00          | \$ 2,00        |
| Cartuchos B/N       | 1        | \$ 10,00             | \$ 10,00             | \$ 10,00          | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Ligas               | 12       | \$ 0,05              | \$ 0,60              | \$ 0,60           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Cinta embalaje      | 1        | \$ 1,05              | \$ 1,05              | \$ 1,05           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Resaltadores        | 5        | \$ 0,60              | \$ 3,00              | \$ 3,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Reglas              | 2        | \$ 0,25              | \$ 0,50              | \$ 0,50           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Cera                | 2        | \$ 1,00              | \$ 2,00              | \$ 2,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Folders de cartón   | 5        | \$ 0,12              | \$ 0,60              | \$ 0,60           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Grapadora           | 5        | \$ 1,25              | \$ 6,25              | \$ 3,75           | \$ 1,25          | \$ 1,25        |
| Perforadora.        | 1        | \$ 2,00              | \$ 2,00              | \$ 2,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Saca grapas         | 1        | \$ 1,00              | \$ 1,00              | \$ 1,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Sellos              | 5        | \$ 2,00              | \$ 10,00             | \$ 8,00           | \$ 2,00          | \$ 0,00        |
| Separadores         | 36       | \$ 0,05              | \$ 1,80              | \$ 1,20           | \$ 0,60          | \$ 0,00        |
| Almohadilla         | 3        | \$ 1,00              | \$ 3,00              | \$ 3,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Libreta de facturas | 12       | \$ 10,00             | \$ 120,00            | \$ 0,00           | \$ 120,00        | \$ 0,00        |
| CD * 100            | 12       | \$ 0,38              | \$ 4,56              | \$ 4,56           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Cinta scotch        | 12       | \$ 0,25              | \$ 3,00              | \$ 3,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Sobre manila        | 12       | \$ 0,10              | \$ 1,20              | \$ 1,20           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| Marcador para CD    | 2        | \$ 1,00              | \$ 2,00              | \$ 2,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00        |
| <b>TOTAL</b>        |          |                      | <b>\$ 257,11</b>     | <b>\$ 121,31</b>  | <b>\$ 131,45</b> | <b>\$ 4,35</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.5 Suministros de limpieza

**Tabla 76: Suministros de limpieza (\$)**

| DETALLE                        | CANT.      | PRECIO<br>UNIT. (\$) | PRECIO<br>TOTAL (\$) | PRECIOS POR AREAS |                |                 |
|--------------------------------|------------|----------------------|----------------------|-------------------|----------------|-----------------|
|                                | Tabla 52   |                      |                      | ADM.              | VENTAS         | PROD            |
| Tachos de basura               | 7          | \$ 1,50              | \$ 10,50             | 4,5               | 1,5            | 4,5             |
| Pala de basura                 | 2          | \$ 1,20              | \$ 2,40              | 1,2               | 0              | 1,2             |
| Toallas de papel               | 6          | \$ 10,30             | \$ 61,80             | 61,8              | 0              | 0               |
| Desinfectante                  | 6          | \$ 7,25              | \$ 43,50             | 43,5              | 0              | 0               |
| Jabón líquido                  | 6          | \$ 4,50              | \$ 27,00             | 27                | 0              | 0               |
| Jabón pasta                    | 6          | \$ 1,00              | \$ 6,00              | 6                 | 0              | 0               |
| Foco ahorrador                 | 13         | \$ 0,50              | \$ 6,50              | 3                 | 1              | 2,5             |
| Fundas de basura               | 52         | \$ 0,10              | \$ 5,20              | 5,2               | 0              | 0               |
| Escobas                        | 2          | \$ 1,25              | \$ 2,50              | 1,25              | 0              | 1,25            |
| Trapeadores                    | 2          | \$ 1,50              | \$ 3,00              | 1,5               | 0              | 1,5             |
| Dispensador de papel higiénico | 3          | \$ 18,00             | \$ 54,00             | 36                | 0              | 18              |
| Papel higiénico                | 24         | \$ 0,35              | \$ 8,40              | 8,4               | 0              | 0               |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>129</b> |                      | <b>\$ 230,80</b>     | <b>\$ 199,35</b>  | <b>\$ 2,50</b> | <b>\$ 28,95</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.6 Muebles y enseres

Una vez analizada cada área de trabajo se procede a realizar cálculos totales para la adquisición de muebles y enseres, los mismos que se deterioran en cierto tiempo, es por ello que también se someten a la depreciación.

**Tabla 77: Muebles y enseres (\$)**

| DETALLE                    | CANTIDAD  | PRECIO<br>UNIT. (\$) | PRECIO<br>TOTAL (\$) | PRECIOS POR AREAS  |                  |                    |
|----------------------------|-----------|----------------------|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|
|                            |           |                      |                      | ADM.               | VENTAS           | PROD               |
| Mesas de corte             | 3         | \$ 200,00            | \$ 600,00            | \$ 0,00            | \$ 0,00          | \$ 600,00          |
| Mesas de trabajo           | 2         | \$ 24,00             | \$ 48,00             | \$ 0,00            | \$ 0,00          | \$ 48,00           |
| Sillas de trabajo          | 12        | \$ 10,00             | \$ 120,00            | \$ 30,00           | \$ 20,00         | \$ 70,00           |
| Sillas plásticas (comedor) | 14        | \$ 5,00              | \$ 70,00             | \$ 15,00           | \$ 20,00         | \$ 35,00           |
| Sillones ejecutivos        | 8         | \$ 40,00             | \$ 320,00            | \$ 200,00          | \$ 80,00         | \$ 40,00           |
| Mesas plásticas            | 1         | \$ 11,00             | \$ 11,00             | \$ 11,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00            |
| Anaqueles                  | 8         | \$ 30,00             | \$ 240,00            | \$ 150,00          | \$ 30,00         | \$ 60,00           |
| Escritorio ejecutivo       | 5         | \$ 280,00            | \$ 1.400,00          | \$ 840,00          | \$ 280,00        | \$ 280,00          |
| Sala de espera             | 1         | \$ 90,00             | \$ 90,00             | \$ 90,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00            |
| Vitrinas                   | 1         | \$ 45,00             | \$ 45,00             | \$ 0,00            | \$ 45,00         | \$ 0,00            |
| Archivadores               | 6         | \$ 25,00             | \$ 150,00            | \$ 75,00           | \$ 25,00         | \$ 50,00           |
| Estaciones modulares       | 3         | \$ 120,00            | \$ 360,00            | \$ 300,00          | \$ 0,00          | \$ 60,00           |
| <b>TOTAL</b>               | <b>61</b> |                      | <b>\$ 3.454,00</b>   | <b>\$ 1.711,00</b> | <b>\$ 500,00</b> | <b>\$ 1.243,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.7 Equipo de computación

Se analiza los equipos de cómputo que se van a utilizar en el ámbito laboral para las 3 áreas de la empresa, se presenta la información junto con sus costos.

**Tabla 78: Equipo de computación (\$)**

| DETALLE             | CANTIDAD  | PRECIO<br>UNIT. (\$) | PRECIO<br>TOTAL (\$) | PRECIOS POR AREAS  |                  |                  |
|---------------------|-----------|----------------------|----------------------|--------------------|------------------|------------------|
|                     | Tabla 54  |                      |                      | ADM.               | VENTAS           | PROD             |
| Computadoras        | 9         | \$ 410,00            | \$ 3.690,00          | \$ 2.050,00        | \$ 820,00        | \$ 820,00        |
| Copiadora           | 1         | \$ 120,00            | \$ 120,00            | \$ 120,00          | \$ 0,00          | \$ 0,00          |
| Impresoras          | 1         | \$ 80,00             | \$ 80,00             | \$ 80,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00          |
| Escáner             | 1         | \$ 75,00             | \$ 75,00             | \$ 75,00           | \$ 0,00          | \$ 0,00          |
| <b>TOTAL EQUIPO</b> | <b>12</b> |                      | <b>\$ 3.965,00</b>   | <b>\$ 2.325,00</b> | <b>\$ 820,00</b> | <b>\$ 820,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.8 Equipo de oficina

Se detallan los equipos de oficina que se van a utilizar para poner en marcha nuestro negocio comercial con sus respectivos precios.

**Tabla 79: Equipo de oficina (\$)**

| DETALLE            | CANTIDAD | PRECIO     | PRECIO           | PRECIOS POR AREAS |                  |             |
|--------------------|----------|------------|------------------|-------------------|------------------|-------------|
|                    | Tabla 55 | UNIT. (\$) | TOTAL (\$)       | ADM.              | VENTAS           | PROD        |
| Central Telefónica | 1        | \$ 420,00  | \$ 420,00        | \$ 420,00         | \$ 0,00          | \$ 0,00     |
| Teléfonos          | 4        | \$ 132,00  | \$ 528,00        | \$ 396,00         | \$ 132,00        | \$ 0,00     |
| <b>TOTAL</b>       | <b>5</b> |            | <b>\$ 948,00</b> | <b>\$ 816,00</b>  | <b>\$ 132,00</b> | <b>\$ -</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.9 Maquinaria

Como se muestra a continuación estas son las máquinas que se ocuparán en el proceso de producción o elaboración de camisetas polo, con sus respectivos precios cotizados en el mercado local, por el valor de compra se someten a depreciación y son considerados como propiedad, planta y equipo de la empresa.

**Tabla 80: Maquinaria (\$)**

| DETALLE                 | CANT.    | PRECIO<br>UNIT. (\$) | PRECIO<br>TOTAL (\$) |
|-------------------------|----------|----------------------|----------------------|
|                         | Tabla 56 | Tabla 36             |                      |
| Cortadora eléctrica     | 1        | \$ 165,00            | \$ 165,00            |
| Máquina recta           | 2        | \$ 549,99            | \$ 1.099,98          |
| Máquina overlock        | 1        | \$ 1.200,00          | \$ 1.200,00          |
| Plancha semi-industrial | 1        | \$ 86,78             | \$ 86,78             |
| Máquina bordadora       | 1        | \$ 13.000,00         | \$ 13.000,00         |
| Plotter de impresión    | 1        | \$ 1.800,00          | \$ 1.800,00          |
| Plancha estampadora     | 1        | \$ 640,00            | \$ 640,00            |
| <b>TOTAL</b>            |          |                      | <b>\$ 17.991,76</b>  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.10 Vehículos

El transporte de nuestros productos se los hará mediante la adquisición de un vehículo amplio, pero no muy costoso como se detalla a continuación:

**Tabla 81: Vehículo (\$)**

| DETALLE      | CANT. | PRECIO UNIT. | PRECIO TOTAL       |
|--------------|-------|--------------|--------------------|
| Furgoneta    | 1     | \$ 9.580,00  | \$ 9.580,00        |
| <b>TOTAL</b> |       |              | <b>\$ 9.580,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.11 Combustible

Se estima y prevé consumir como máximo 1,5 galones de combustible diario, a \$ 2,00 el galón de súper, para todas las áreas de la empresa, lo que respecta todas las actividades en las que se requiera utilizar el vehículo.

**Tabla 82: Combustible (\$)**

| AREA/ DETALLE  | Tabla 58    | COMBUSTIBLE    |                 |                  |
|----------------|-------------|----------------|-----------------|------------------|
|                |             | DIARIO         | MES             | AÑO              |
| Administración | 20%         | \$ 0,60        | \$ 13,20        | \$ 158,40        |
| Ventas         | 40%         | \$ 1,20        | \$ 26,40        | \$ 316,80        |
| Producción     | 40%         | \$ 1,20        | \$ 26,40        | \$ 316,80        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>100%</b> | <b>\$ 3,00</b> | <b>\$ 66,00</b> | <b>\$ 792,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.12 Servicios básicos

Estos rubros se clasifican en agua potable, luz eléctrica, teléfono e internet, cada uno con sus consumos mensuales y el consumo anual.

**Tabla 83: Agua potable (\$)**

| DETALLE                      | CONSUMO          |
|------------------------------|------------------|
| Consumo agua                 | \$ 4,54          |
| Alcantarillado               | \$ 3,50          |
| Admin. Clientes              | \$ 2,10          |
| Tasa * Nomencl. Emop         | \$ 0,06          |
| <b>TOTAL A PAGAR MENSUAL</b> | <b>\$ 10,20</b>  |
| <b>TOTAL A PAGAR ANUAL</b>   | <b>\$ 122,40</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 84: Energía eléctrica (\$)**

| DETALLE                              | CONSUMO          |
|--------------------------------------|------------------|
| Rubros planilla                      | \$ 1,96          |
| Consumo de máquinas                  |                  |
| Cortadora                            | \$ 1,02          |
| Recta                                | \$ 30,72         |
| Overlock                             | \$ 5,12          |
| Plancha semi - industrial            | \$ 10,24         |
| Bordadora                            | \$ 7,68          |
| Plotter de impresión                 | \$ 1,33          |
| Estampadora                          | \$ 2,75          |
| Pies de máquina recta                | \$ 3,20          |
| Consumo de oficinas                  |                  |
| Administración, taller, áreas de tra | \$ 2,46          |
| <b>TOTAL A PAGAR MENSUAL</b>         | <b>\$ 66,48</b>  |
| <b>TOTAL A PAGAR ANUAL</b>           | <b>\$ 797,82</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 85: Internet (\$)**

| DETALLE                      | CONSUMO          |
|------------------------------|------------------|
| Consumo mensual              | \$ 61,40         |
| <b>TOTAL A PAGAR MENSUAL</b> | <b>\$ 61,40</b>  |
| <b>TOTAL A PAGAR ANUAL</b>   | <b>\$ 736,80</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 86: Teléfono (\$)**

| DETALLE                      | CONSUMO          |
|------------------------------|------------------|
| Pensión básica               | \$ 6,20          |
| Descuento minutos libres     | \$ 0,95          |
| Llamadas a celular           | \$ 20,00         |
| Consumo local                | \$ 11,00         |
| Subtotal                     | \$ 36,25         |
|                              |                  |
| Ice (15%)                    | \$ 0,00          |
| Impuesto al valor agregado   | \$ 4,35          |
| Devolución Ice tercera edad  | \$ 0,00          |
| Devolución Iva tercera edad  | \$ 0,00          |
| Total factura                | \$ 40,60         |
|                              |                  |
| Interés por mora             | \$ 0,00          |
| Interés financiamiento       | \$ 0,00          |
| <b>TOTAL A PAGAR MENSUAL</b> | <b>\$ 40,60</b>  |
| <b>TOTAL A PAGAR ANUAL</b>   | <b>\$ 487,20</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.13 Publicidad

**Tabla 87: Publicidad (\$)**

| CANT.        | DETALLE                         |                    |
|--------------|---------------------------------|--------------------|
| Tabla 60     |                                 | ANUAL \$           |
| 1            | Página web                      | \$ 1.140,00        |
| 1            | Gifts away                      | \$ 36,00           |
| 500          | Hojas volantes                  | \$ 84,00           |
| 1            | Publicación en el diario Gaceta | \$ 60,00           |
| <b>TOTAL</b> |                                 | <b>\$ 1.320,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.14 Arriendo del local

Tal como se determinó en el análisis Locacional, nosotros hemos optado por arrendar, por ser más económico que construir, estar mejor ubicados y por estar cerca del mercado objetivo y con todos los beneficios que brinda la mejor ubicación.

**Tabla 88: Arriendo local (\$)**

| DETALLE      | CANTIDAD ANUAL | VALOR MENSUAL    | VALOR ANUAL        |
|--------------|----------------|------------------|--------------------|
| Arriendo     | 12             | \$ 400,00        | \$ 4.800,00        |
| <b>TOTAL</b> | <b>12</b>      | <b>\$ 400,00</b> | <b>\$ 4.800,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Hasta aquí llega la parte de requerimientos que se planeó en la primera fase de la ingeniería del proyecto, los siguientes ítems se determina en función de imprevistos que se pueda llegar a tener, tales como: el mantenimiento que se tenga que dar a los activos fijos, para lo cual se fija un porcentaje del 2% del total del costo de la maquinaria, el aseguramiento de los activos fijos, y los imprevistos de materia prima directa y materiales indirectos de fabricación para lo cual se fija un porcentaje del 5% del total del valor anual.

#### 4.5.15 Mantenimiento

Se ha determinado que es importante estimar un porcentaje del valor de compra del activo, destinado para mantenimiento, en el primer caso se toma un porcentaje del 2% anual, que está en función de posibles requerimientos, necesidades surgidas en un tiempo determinado.

**Tabla 89: Mantenimiento 2% (\$)**

| DETALLE                 | COSTO ACTIVO (\$)   | 2% MANTENIMIENTO |
|-------------------------|---------------------|------------------|
| Muebles y Enseres       | \$ 3.454,00         | \$ 69,08         |
| Equipo de Computación   | \$ 3.965,00         | \$ 79,30         |
| Equipo de Oficina       | \$ 948,00           | \$ 18,96         |
| Vehículo                | \$ 9.580,00         | \$ 191,60        |
| <b>MANTENIMIENTO \$</b> | <b>\$ 17.947,00</b> | <b>\$ 358,94</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Para la maquinaria, por ser más costosa se determina un porcentaje de 3,5% anual para mantenimiento, ante posibles daños, averías o mal funcionamientos.

**Tabla 90: Mantenimiento 3,5% maquinaria (\$)**

| DETALLE                 | COSTO ACTIVO (\$)   | 3,5 % MANTENIMIENTO |
|-------------------------|---------------------|---------------------|
| Maquinaria              | \$ 17.991,76        | \$ 629,71           |
| <b>MANTENIMIENTO \$</b> | <b>\$ 17.991,76</b> | <b>\$ 629,71</b>    |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.16 Seguros

La compañía de seguros Bolívar, ubicados en el cantón Latacunga nos brinda la oportunidad de asegurar las inversiones que uno requiera o necesite siendo así cobra una tasa del valor del 3,7% anual del monto de inversión, la información que se detalla a continuación:

**Tabla 91: Seguros activos fijos (\$)**

| <b>DETALLE</b>            | <b>COSTO ACTIVO (\$)</b> | <b>3,7% SEGUROS</b> |
|---------------------------|--------------------------|---------------------|
| Muebles y Enseres         | \$ 3.454,00              | \$ 127,80           |
| Equipo de Computación     | \$ 3.965,00              | \$ 146,71           |
| Equipo de Oficina         | \$ 948,00                | \$ 35,08            |
| Maquinaria                | \$ 17.991,76             | \$ 665,70           |
| Vehículo                  | \$ 9.580,00              | \$ 354,46           |
| <b>SEGUROS A PAGAR \$</b> | <b>\$ 35.938,76</b>      | <b>\$ 1.329,73</b>  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 4.5.17 Imprevistos

Para imprevistos de materia prima tanto directa e indirecta de camisetas polo se determina un 5% del total de materiales y costos anuales, tal como se verifica a continuación:

**Tabla 92: Imprevistos- camisetas polo bordadas (\$)**

| IMPREVISTOS BORDADA Tabla 67 |                    |                    |                    |                    | 5%                 |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| AÑOS                         | 2013               | 2014               | 2015               | 2016               | 2017               |
| Telas (m)                    | \$ 1.315,99        | \$ 1.359,31        | \$ 1.402,63        | \$ 1.445,95        | \$ 1.489,26        |
| Botones (unidad)             | \$ 92,76           | \$ 95,82           | \$ 98,87           | \$ 101,92          | \$ 104,98          |
| Pelón (m)                    | \$ 112,55          | \$ 116,26          | \$ 119,96          | \$ 123,67          | \$ 127,37          |
| Hilos (m)                    | \$ 55,66           | \$ 57,49           | \$ 59,32           | \$ 61,15           | \$ 62,99           |
| Cuellos (unidad)             | \$ 754,47          | \$ 779,30          | \$ 804,14          | \$ 828,97          | \$ 853,81          |
| Fundas plásticas (unidad)    | \$ 12,37           | \$ 12,78           | \$ 13,18           | \$ 13,59           | \$ 14,00           |
| Etiquetas. (unidad)          | \$ 4,33            | \$ 4,47            | \$ 4,61            | \$ 4,76            | \$ 4,90            |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>\$ 2.348,13</b> | <b>\$ 2.425,42</b> | <b>\$ 2.502,71</b> | <b>\$ 2.580,01</b> | <b>\$ 2.657,30</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 93: Imprevistos- camisetas polo estampadas (\$)**

| IMPREVISTOS ESTAMPADA Tabla 68  |                  |                  |                  |                  | 5%               |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| AÑOS                            | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
| Telas (m)                       | \$ 438,66        | \$ 453,10        | \$ 467,54        | \$ 481,98        | \$ 496,42        |
| Botones (unidad)                | \$ 30,92         | \$ 31,94         | \$ 32,96         | \$ 33,97         | \$ 34,99         |
| Pelón (m)                       | \$ 37,52         | \$ 38,75         | \$ 39,99         | \$ 41,22         | \$ 42,46         |
| Hilos (m)                       | \$ 9,28          | \$ 9,58          | \$ 9,89          | \$ 10,19         | \$ 10,50         |
| Cuellos (unidad)                | \$ 251,49        | \$ 259,77        | \$ 268,05        | \$ 276,32        | \$ 284,60        |
| Papel de sublimación (m)        | \$ 0,49          | \$ 0,51          | \$ 0,53          | \$ 0,54          | \$ 0,56          |
| Fundas plásticas (unidad)       | \$ 4,12          | \$ 4,26          | \$ 4,39          | \$ 4,53          | \$ 4,67          |
| Tintas de estampar (mililitros) | \$ 7,21          | \$ 7,45          | \$ 7,69          | \$ 7,93          | \$ 8,16          |
| Etiquetas. (unidad)             | \$ 1,44          | \$ 1,49          | \$ 1,54          | \$ 1,59          | \$ 1,63          |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>\$ 781,14</b> | <b>\$ 806,86</b> | <b>\$ 832,57</b> | <b>\$ 858,28</b> | <b>\$ 883,99</b> |

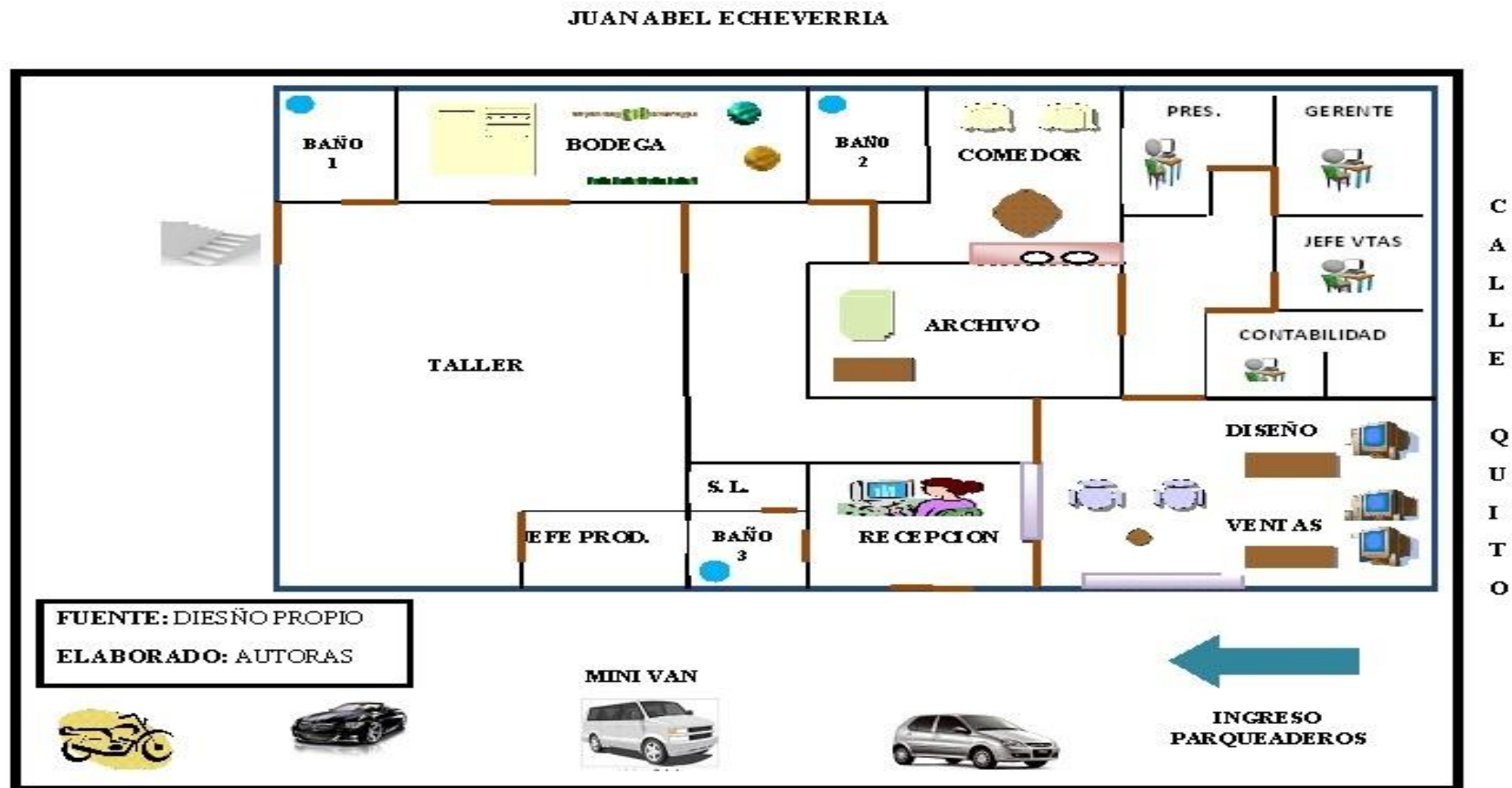
**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### **Distribución física de la planta y oficinas**

En este plano detallamos las oficinas para cada área, incluyendo nuestra planta de producción, por el tipo de construcción que existe hemos acoplado nuestras áreas a la infraestructura existente.

Gráfico 33: Distribución física de las oficinas y planta de producción



## CAPÍTULO V

### 5. ANÁLISIS LEGAL

Este capítulo permite conocer una dimensión legal- jurídica para la creación de la empresa, aspectos que se definen y justifican la organización que se propone para administrarlo, permitiendo verificar su viabilidad a la luz de las normas que rigen en cuanto a permisos, nombres y la legislación laboral de la organización.

Forma parte de los pasos fundamentales que se debe seguir para la preparación, formulación y ejecución de un proyecto y permanecer bajo los lineamientos y disposiciones de la nación.

#### 5.1 Base legal constitutiva

De acuerdo al **Art 1.** De la Ley de compañías, el contrato de compañías es aquel contrato por el cual dos o más personas unen sus capitales e industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

- **Disposiciones generales**

Según la Ley de Compañías vigente en el Ecuador y especificando el **Art. 2:** existe 5 principales entidades legales de comercio que se pueden constituir.

- Compañía en nombre colectivo
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- Compañía de responsabilidad limitada
- Compañía anónima
- Compañía de economía mixta.

Se constituyen con personas jurídicas y están sujetas a los reglamentos específicos de la Superintendencia de compañías, que es el organismo que asegura el cumplimiento de las regularizaciones existentes.

Según el **Art. 3:** Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

**Art. 4:** El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

**Art. 5:** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**Art. 6:** Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

**Tabla 94: Tipos de compañías**

| TIPO                     | SOCIOS  | ADMINISTRACIÓN                                                              | RAZÓN SOCIAL                                                                      | CAPACIDAD                                                               | CAPITAL                                                                                                    |
|--------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre colectivo         | 2 o más | Todos los socios tienen la capacidad de administrar                         | Nombres de todos los socios o de algunos de ellos, con las palabras: "y compañía" | Personas en capacidad para comerciar                                    | No menos del 50% del capital suscrito                                                                      |
| Comandita                | 2 o más | Todos los socios tienen la capacidad de administrar                         | Nombre de uno o varios de los socios con las palabras: "Compañía en comandita"    | Personas en capacidad para comerciar                                    | No puede llevar en vía de aporte a la compañía su capacidad, crédito o industria                           |
| Responsabilidad limitada | 3 o más | La junta general conformada por los socios legalmente convocados y reunidos | Nombre de la compañía con las palabras: "Compañía limitada"                       | Personas en capacidad de contratar                                      | Corresponde a las aportaciones de los socios y no debe ser menor al fijado por el Superintendente de Cias. |
| Anónimas                 | 2 o más | Socios mandatarios o no                                                     | Nombre de la compañía con las palabras: "Sociedad anónima"                        | Personas en capacidad de contratar                                      | Mínimo \$ 800,00                                                                                           |
| Economía mixta           | 2 o más | Organo administrativo pluri-personal denominado directorio                  | Empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura e industria          | Personas jurídicas de derecho público o personas jurídicas semipúblicas | Mínimo \$ 800,00                                                                                           |

**Fuente:** Superintendencia de compañías Ecuador 2012

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 5.2 Constitución de la empresa- responsabilidad limitada

Para el caso de este proyecto, después de analizar minuciosamente todas las condiciones que conllevar conformar una compañía, los accionistas hemos decidido que **“EMPORIUM PUBLICIDAD”** se establecerá como una compañía de **Responsabilidad limitada**, regida bajo las leyes de la Superintendencia de Compañías, se conforma de acuerdo a las siguientes disposiciones:

**Art. 94.-** La compañía de Responsabilidad Limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles, permitidos por la ley, excepción hecha operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

En el caso de la compañía que se propone constituir la actividad gira entorno a la producción y comercialización de material publicitario POP (camisetas tipo polo), para instituciones educativas y empresariales en el cantón Latacunga.

EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA. Se conformara por 4 socios y cumplirá las normativas vigentes para constituirse como Compañía de responsabilidad Limitada.

### 5.2.1 Características de la Compañías de responsabilidad limitada

- **Disposiciones generales:**

**Según Art. 92.-** La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre 3 o más personas, que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se le añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura (CIA LTDA.).

Si no hubiere cumplido con las disposiciones de esta ley para la constitución de compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

- **De la administración:**

**Art. 116.-** la junta general de la empresa “EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA.”, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía, la junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes.

**Art. 117.-** En la Compañía, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes, los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

**Art. 119.-** Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

**Art. 120.-** El o los socios que representen por lo menos el 51% del capital social de la empresa “EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA.”, podrán presentarse ante el superintendente de Compañías.

**Art. 122.-** El acta de deliberaciones y acuerdo de las juntas generales llevarán las firmas del Gerente general, Gerente Administrativo Financiero y Gerente de Ventas.

**Art. 124.-** El gerente Administrativo financiero está obligado a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de 60 días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico; deberán también cuidar que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

- **De la forma del contrato**

**Art. 136.-** La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

**Art. 137.-“La escritura de constitución”** será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

- a) Los nombres, apellidos y estado civil de los socios,
- b) La denominación objetiva o la razón social de la compañía,
- c) El objeto social, debidamente concretado,

- d) La duración de la compañía,
- e) El domicilio de la compañía,
- f) El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- g) La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
- h) La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
- i) La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirla; y, conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

**Art. 138.-** La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedido al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

- **Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios**

**Art. 114.-**El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA., especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales.

No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social.  
Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;
- f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar

gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;

- h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.
- h) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,
- j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

**Art. 115.- Son obligaciones de los socios:**

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados; previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;

- e) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- f) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social.

Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

- **Libertad de contratación**

La Constitución Política del Ecuador garantiza la libertad de contratación, las personas tienen el derecho y la libertad para contraer, firmar o celebrar contratos de cualquier naturaleza, siempre con sujeción a la ley, es decir al Código de trabajo vigente en el país.

Si el contrato se hace por fuera de la ley, se considera un contrato ilegal y no tiene ninguna validez jurídica, la libertad de contratación no significa que alguna persona pueda contratar a otra para que haga un trabajo ilegal.

La empresa realiza la contratación de personal acorde a las necesidades que se originen en la empresa, se maneja un contrato escrito para tener evidencia física de las contrataciones que se realicen.

### 5.2.2 Tipos de contratos para los empleados

#### a) Contrato expreso escrito público

Tanto el trabajador y el empleador acordaran las condiciones de trabajo, se hará constar las firmas de las partes, se registrará y se inscribirá en el Ministerio de Relaciones Laborales.

Estabilidad mínima y excepciones: se establece un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo, debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos de esta Ley como estables o permanentes.

#### b) Contrato de trabajo a prueba

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte..... a través de su representante legal..... **(En caso de personas jurídicas)**; en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ su calidad de **TRABAJADOR**.

Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a Prueba con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

### **PRIMERA.- ANTECEDENTES**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de ....., revisados los antecedentes del(de la) señor(a)(ita) ....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

### **SEGUNDA.- OBJETO**

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de..... con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

### **TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS**

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por El EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el EMPLEADO labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR.

#### **CUARTA.- REMUNERACIÓN**

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de.....  
DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$..., 00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

#### **QUINTA.- DURACIÓN**

El tiempo de duración del presente Contrato será por un período probatorio de noventa (90) días en el que, cualquiera de ellas lo puede dar por terminado libremente; vencido dicho período se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el año.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo.

#### **SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-**

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en..... En la ciudad de....., provincia de.....para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

#### **SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato.

Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

#### **OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE**

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

#### **NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

#### **DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... El día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

**EL EMPLEADOR**

**EL TRABAJADOR**

### 5.2.3 Acta de constitución de compañías de responsabilidad limitada

#### MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

**Señor Notario:**

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA.- Comparecientes.-** Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores:

- Bautista Hinojosa Lorena Alexandra
- Campaña Molina Tina Pilar
- Cueva Chamba Mauricio Fernando
- Jaya Campaña Jessica Paola

Todos los comparecientes son mayores de edad, todos de estado civil casados, de nacionalidad ecuatoriana, las señoras domiciliadas en la ciudad de Quito y el señor en el cantón Latacunga.

**SEGUNDA.- Constitución.-** Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía de responsabilidad limitada EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA., que se regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

**TERCERA.- Estatuto.-** La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se regirá por el estatuto que se expone a continuación:

## CAPÍTULO PRIMERO

**Art. 1 Naturaleza, nacionalidad y denominación.-** La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será “EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA.”. Esta sociedad se constituye como una compañía de responsabilidad limitada de nacionalidad ecuatoriana y se registrará por las Leyes ecuatorianas y por el presente estatuto, en cuyo texto se le designará posteriormente simplemente como “la Compañía”.

**Art. 2 Domicilio.-** El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, República del Ecuador.

Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley y a este estatuto.

**Art. 3 Objeto social.-** el objeto social de la compañía (actos civiles o mercantiles debidamente concretados), para la consecución del objeto social, la compañía podrá ejecutar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley

**Art. 4 Duración.-** El plazo de duración de la compañía es de XX años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

**Art. 5 Disolución y liquidación.-** La Junta General podrá acordar la disolución anticipada de la compañía antes de que venza el plazo señalado en el artículo cuarto. Disuelta la Compañía, voluntaria o forzosamente, el procedimiento de liquidación será el contemplado en la Ley de la materia.

## CAPÍTULO SEGUNDO

**Art. 6 Capital social.-** El capital social de la Compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, dividido en cuatrocientas (400) participaciones sociales iguales acumulativas e indivisibles de un dólar cada una.

Los Certificados de Aportación serán firmados por el Presidente y el Gerente General de la Compañía.

**Art. 7 Participaciones.-** Las participaciones estarán representadas en certificados de aportación no negociables. Cada participación da derecho a un voto en la Junta General, así como a participar en las utilidades y demás derechos establecidos en la ley o en el estatuto social.

**Art. 8 Transferencias de participaciones.-** La propiedad de las participaciones no podrá transferirse por acto entre vivos sin la aprobación unánime del capital social expresado en junta general.

La cesión se hará por escritura pública, a la que se incorporará como habilitante la certificación conferida por el Gerente General de la compañía respecto al cumplimiento del mencionado requisito.

En el libro de participaciones y socios se inscribirá la cesión y luego se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

### CAPÍTULO TERCERO

**Art. 9 Junta general y atribuciones.-** Es el Órgano Supremo de gobierno de la Compañía, formado por los socios legalmente convocados y constituidos.

Será presidida por el Presidente de la Compañía, y ejercerá la secretaría el Gerente General, sin perjuicio de que la junta designe Presidente y secretario a falta de éstos.

**Art. 10 Juntas ordinarias.-** Se reunirán al menos una vez al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres primeros meses siguientes a la finalización del respectivo ejercicio económico, se tratará lo siguiente:

- a) Informe del Gerente General, cuentas, balance de resultados, balance general,
- b) Distribución de los beneficios sociales,
- c) Cualquier otro asunto constante en la convocatoria.

**Art. 11 Convocatorias.-** La convocatoria a Junta General se hará mediante comunicación escrita dirigida a cada socio en la dirección registrada por cada uno de ellos y por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, por lo menos con ocho días de anticipación al día fijado para la reunión sin contar el día de la convocatoria ni el de la reunión.

La convocatoria especificará el orden del día, el lugar y hora exactos de la reunión y llevará la firma de quien la convoque. En caso de segunda convocatoria, ésta deberá expresar claramente que la junta se reunirá con el número de socios presentes. Esta convocatoria no podrá modificar el objeto de la primera, ni demorar la reunión más de treinta días de la fecha fijada para la primera reunión. Las Juntas Generales, sean ordinarias o extraordinarias, serán convocadas por el Gerente General, o por el Presidente en ausencia de aquel, sin perjuicio de la facultad conferida a los socios de acuerdo al artículo ciento veinte de la Ley de Compañías.

**Art. 12 Instalación y quórum decisorio.-** Para que la Junta General se encuentre válidamente constituida en primera convocatoria, deberán hallarse presentes los socios que representen al menos más de la mitad del capital social.

Las resoluciones se adoptarán con el voto favorable de los socios que representen la mitad más uno del capital social suscrito concurrente a la reunión. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Art. 13 Representación.-** Los socios pueden hacerse representar ante las Juntas Generales de Socios, para ejercer sus derechos y atribuciones, mediante carta o poder dirigida al Presidente de la misma.

**Art. 14 De las actas.-** Las deliberaciones de la Junta General se asentarán en un acta, que llevará las firmas del Presidente y del Secretario de la junta. En el caso de juntas universales, éstas podrán reunirse en cualquier parte del territorio nacional; pero deberán firmar el acta todos los asistentes que necesariamente deben representar el 100% del capital social, bajo pena de nulidad.

**Art. 15 Juntas generales extraordinarias. -** Se reunirán en cualquier tiempo, en el domicilio principal de la compañía, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

**Art. 16 Juntas generales y universales.-** La Junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar, dentro del territorio de la República, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la junta.

## CAPÍTULO CUARTO

**Art. 17 La compañía se administrará por un gerente general y/o el presidente,** que tendrá las siguientes atribuciones:

Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía.

**Art. 18 Del presidente de la compañía.-** El Presidente será nombrado por la Junta General para un período de tres años, pudiendo ser reelegido indefinidamente; podrá ser o no socio de la Compañía, sus atribuciones son:

- a) Convocar, presidir y dirigir las sesiones de Junta General,
- b) Suscribir con el Gerente General los certificados de aportación,
- c) Suscribir el nombramiento del Gerente General; y,
- d) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o fallecimiento de éste,

**Art. 19 Gerente general.-** será elegido por la Junta General para un período de tres años, tendrá la representación legal judicial o extrajudicial de la Compañía.

No se requiere ser socio de la Compañía, no podrá ejercer ningún otro cargo que de acuerdo con la ley y a juicio de la Junta General sea incompatible con las actividades de la compañía, tendrá los más amplios poderes de administración y manejo de los negocios sociales con sujeción a la Ley.

Son atribuciones especiales del gerente general:

- a) Subrogar al presidente de la compañía en caso de ausencia temporal,
- b) Realizar todos los actos de administración y gestión diaria.
- c) Ejecutar a nombre de la compañía toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades financieras, personas naturales o jurídicas, suscribiendo toda clase de obligaciones;
- d) Nombrar y remover al personal de la compañía y fijar sus remuneraciones, así como sus deberes y atribuciones;

- e) Dirigir y supervigilar la contabilidad de la compañía, así como velar por el mantenimiento y conservación de sus documentos;
- f) Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la junta general.

## CAPÍTULO QUINTO

### **Art. 20 Derechos y obligaciones de los socios.-**

- **Derechos**

- a) Participar en los beneficios sociales en proporción a sus participaciones sociales pagadas;
- b) Participar en la misma proporción en la división el acervo social, en caso de liquidación de la Compañía;
- c) Intervenir con voz y con voto en las juntas generales;
- d) Gozar de preferencia para la suscripción de participaciones en el caso de aumento de capital;
- e) Impugnar las resoluciones de la junta general conforme a la Ley;
- f) Limitar su responsabilidad hasta el monto de sus respectivos aportes;
- g) Pedir la convocatoria a junta general

- **Obligaciones:**

- a) Pagar la aportación suscrita en el plazo previsto en estos estatutos;
- b) No interferir en modo alguno en la administración de la Compañía;
- c) Los demás contemplados en la ley o en estos estatutos.

## CAPÍTULO SEXTO

**Art. 21 Balances.-** Los balances se practicarán al fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada año y los presentará el Gerente General a consideración de la Junta General Ordinaria. El balance contendrá no sólo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la sociedad, sino también las explicaciones necesarias que deberán tener como antecedentes la contabilidad de la compañía que ha de llevarse de conformidad a las disposiciones legales y reglamentarias, por un contador o auditor calificado.

**Art. 22 Reparto de utilidades y formación de reservas.-** A propuesta del Gerente General, la Junta General resolverá sobre la distribución de utilidades, constitución de fondos de reserva, fondos especiales, castigos y gratificaciones,

Una vez hechas las deducciones legales, la Junta General podrá decidir la formación de reservas facultativas o especiales, pudiendo destinar, para el efecto, una parte o todas las utilidades líquidas distribuidas a la formación de reservas facultativas o especiales.

Para el efecto, será necesario el consentimiento unánime de todos los socios presentes; en caso contrario, del saldo distribuible de los beneficios líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento (50%) será distribuido entre los socios en proporción al capital pagado que cada uno de ellos tenga en la compañía.

## CAPÍTULO SÉPTIMO

### DISPOSICIONES VARIAS

**Art. 23 Acceso a los libros y cuentas.-** La inspección y conocimiento de los libros y cuentas de la compañía, de sus cajas, carteras, documentos y escritos en general sólo podrá permitirse a las entidades y autoridades que tengan la facultad para ello en virtud de contratos o por disposición de la Ley, así como a aquellos empleados de la

compañía cuyas labores así lo requieran, sin perjuicio de lo que para fines especiales establezca la Ley.

**Art. 24 Normas supletorias.-** Para todo aquello sobre lo que no haya expresa disposición estatutaria se aplicarán las normas contenidas en la Ley de Compañías, y demás leyes y reglamentos pertinentes, vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos.

#### HASTA AQUÍ EL ESTATUTO

Cuarta.- suscripción y pago de participaciones: el capital social ha sido íntegramente suscrito por los socios y pagado en su totalidad en numerario, como se desprende del cuadro de integración que a continuación se detalla:

Quinta.- Nombramiento de administradores: para los periodos señalados en los artículos 8, 19 de los estatutos sociales, se designa como presidente de la compañía a la Sra. Jessica Paola Jaya Campaña y como gerente general de la misma al sr. Mauricio Fernando Cueva Chamba.

Sexta.- Declaraciones:

- a) Los firmantes de la presente escritura pública son los socios fundadores de la compañía, quienes declaran expresamente que ninguno de ellos se reserva en provecho personal, beneficios tomados del capital de la compañía en participaciones u obligaciones.
- b) Los socios facultan al abogado Dr. Juan Zurita para que obtenga las aprobaciones de esta escritura y cumpla los demás requisitos de Ley, para el establecimiento de compañías.
- c) Por el capital pagado en efectivo, e acuerdo al detalle señalado anteriormente se adjunta el certificado de depósito bancario en la cuenta “Integración de

capital”, abierta en el banco pichincha para que se agregue como parte integrante de esta escritura.

Usted señor notario se servirá agregar y anteponer las cláusulas de estilo necesarias para la completa validez de este instrumento.

**Tabla 95: Aporte de capital de los socios**

| <b>FINANCIAMIENTO<br/>INTERNO</b> | <b>58,69%</b> | <b>\$ 35.938,76</b> |
|-----------------------------------|---------------|---------------------|
| Lorena Bautista                   | 16,24%        | \$ 9.943,88         |
| Jessica Jaya                      | 14,69%        | \$ 8.995,88         |
| Pilar Campaña                     | 15,64%        | \$ 9.580,00         |
| Mauricio Cueva                    | 12,11%        | \$ 7.419,00         |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **5.2.4 Permisos y trámites legales para la constitución de la empresa**

- a) La constitución simultánea de la compañía tiene el siguiente procedimiento:
- Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la Superintendencia de Compañías, verificando disponibilidad de razón Social.
  - Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad.
  - Se otorga la escritura de la constitución de la compañía y se eleva a escritura pública, en cualquier notaria.
  - Se presenta a la superintendencia de compañías de aprobarla dispondrá su inscripción mercantil.
  - La superintendencia de compañías de aprobarla dispondrá su inscripción en el registro mercantil.
  - Se publicara por una sola vez en un periódico de mayor circulación en el domicilio de la compañía, un extracto de la escritura y la razón de su aprobación; una edición del periódico se entregara en la superintendencia de compañías.

- Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaria donde obtuvo las escrituras.
- Afiliarse a la cámara de comercio de acuerdo al objeto de la compañía.
- Inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello debe presentar: acta de junta general en donde se nombran al representante legal y administrador y nombramientos originales de cada uno.
- Se inscribirá en el registro de sociedades de la superintendencia de compañías para lo cual se acompañara:
  - a. Copia del certificado del ruc.
  - b. Copia del nombramiento del representante legal. y del administrador que subroga al representante legal.
  - c. Copia de la escritura con las razones que debe contar el notario, y el registrador mercantil, conforme se ordena la resolución aprobatoria.

### 5.3 Razón social

“Nombre legal de una sociedad que utiliza para distinguirse de otras en el tráfico jurídico y económico, bajo el cual contrae sus obligaciones, y que no puede coincidir con la razón social de otra sociedad inscrita en el Registro general de sociedades” (Finanzas)

“El nombre de una empresa es parte fundamental de la imagen corporativa de la empresa, puede llegar a constituirse en símbolo de calidad y medio de promoción” (García, Guía para elaborar plan de negocios, 2006, pág. 57)

La empresa a crearse tendrá la siguiente denominación:

- **“EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA.”**

“Emporium publicidad” es una compañía de producción y comercialización de camisetas polo con publicidad POP, de nacionalidad es ecuatoriana y su domicilio

estará ubicado en el sector de San Agustín, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, empresa que ofrecerá en un proceso de mejoramiento en la calidad de prendas vestir para empresas e instituciones educativas.

El nombre Emporium significa: **“lugar de gran riqueza comercial”** (The free dictionary), y representa básicamente al estudio de las necesidades de las empresas e instituciones en cuanto a camisetas polo con publicidad POP.

El nombre que se escoge está definido por los siguientes factores:

- Es un nombre innovador,
- Expresa el giro del negocio.

### 5.3.1 Slogan

Representa la frase comercial la cual permite promover y diferenciar nuestro producto de otros que se dediquen a la misma actividad, nuestra propuesta nace de hacer algo especial y distintivo y que permita llegar a la mente de los consumidores, atrayendo su atención.

El slogan de denomina a continuación:

- **“CREA TU IMAGEN CORPORATIVA, IDENTIFÍCATE CON  
DISTINCIÓN”**

### 5.3.2 Logotipo o signo distintivo

Un logotipo es el elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y que sirve para que una organización pueda presentarse, por lo general un logotipo encierra indicios y símbolos de quien representa.

**Gráfico 34: Logotipo de la empresa**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **a) Requisitos para el registro de un signo distintivo**

- Formulario impreso: [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec) / oficinas del IEPI.
- Dos ejemplares para su presentación.
- Denominación del signo
- Naturaleza del signo: denominativo, figurativo, sonoro, olfativo, táctil.
- Tipo de signo: marca de producto, nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva, rótulo o enseña comercial
- Nombre, domicilio, nacionalidad del solicitante.
- Nacionalidad del signo.
- Firma del representante legal o apoderado.
- Descripción clara y completa del signo.
- Enunciación de los productos, servicios o actividades que protege.

- Número de la clasificación de acuerdo con los productos o servicios que ampara.
- Lema comercial: indicar la marca a la que acompaña.
- Toda solicitud de registro debe ser patrocinada por un Abogado, para el caso de abogados de otras provincias, deberán señalar una dirección domiciliaria para efecto de notificaciones.
- Comprobante original del pago de tasa (54,00).
- Firma del abogado patrocinador, número de matrícula

#### **5.4 Otros requisitos legales para el funcionamiento de la empresa**

Para acoplarnos a las condiciones políticas del estado Ecuatoriano la empresa debe regirse a ciertas regularizaciones y decisiones que permiten un formal funcionamiento dentro del régimen nacional, haciendo referencia a las normas, reglamentos, leyes y demás disposiciones legales que influyen directa o indirectamente en el desarrollo del negocio, es así que los aspectos en los cuales nos basaremos son los siguientes:

##### **5.4.1 Servicio de rentas internas**

Todas las personas naturales o jurídicas que realicen o inicien actividades de comercio, están en la obligación de inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes, sistema que tiene la finalidad de registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y para generar información a la administración tributaria.

Toda persona natural que tenga un negocio o empresa, están obligados a llevar Contabilidad cuando sus ingresos brutos sean de \$ 40.000 o su capital de \$ 24.000.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales o sociedades que realicen actividades económicas de forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deba pagar impuestos.

**a) Requisitos para la obtención del RUC:**

- Personas naturales: inscripción
- Original y copia de la cédula de identidad
- Original y copia de la última papeleta de votación
- Fotocopia de una factura de luz, agua o teléfono que certifique la dirección del local donde se desarrolla la actividad económica.
- En el caso de extranjeros: fotocopia de la cédula de identidad o del pasaporte.
- Artesanos calificados presentar la copia de la calificación artesanal.

**5.4.2 Patente municipal**

Una vez obtenido el RUC, el siguiente trámite es la obtención de la Patente Municipal, esto se realiza en la oficina de Comprobación y Rentas ubicado dentro del mismo municipio de Latacunga y en donde se cobra 2 tipos de impuestos

- Patente Comercial: se aplica a almacenes, bazares, licorerías y todo aquel negocio que se considere pequeño,
- Patente Industrial: se aplica a industrias, fábricas y empresas grandes.

Las Patentes es un impuesto mensual que se calcula sobre el monto del capital en giro y los requisitos para el pago del impuesto y para la obtención del mismo son:

- Cuando son industrias o fábricas se presentan los estatutos de constitución.
- Número del RUC
- Cédula de identidad del representante legal
- Capital con el que cuenta
- Dirección de la empresa

En el caso de empresas grandes para proceder al cobro del impuesto de patentes, lo realizan de acuerdo a los balances de Comprobación que previamente son aprobados por la Superintendencia de Compañías.

#### **5.4.3 Permiso de funcionamiento**

Se lo obtiene en la gobernación de Cotopaxi, intendencia de policía y para el trámite se presenta lo siguiente:

- Visto bueno comisario de salud- permiso sanitario
- Número del RUC
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación
- Pago del valor del permiso de funcionamiento.

El permiso de funcionamiento se otorga a las personas que van a iniciar su actividad económica tomando en cuenta el acuerdo ministerial 3310B, aprobado por el Congreso nacional el 08 de Mayo 1979.

Las condiciones legales a las cuales se rige la empresa orientan las propias condiciones económicas siendo de gran relevancia para las empresas y son fuente de numerosas oportunidades y amenazas y definen las directrices legales en el cual las empresas realizaran sus operaciones.

#### **5.4.4 Permiso sanitario**

El siguiente trámite se lo realiza en la dirección de salud de Latacunga, para obtener el permiso sanitario y en cual se cobra tasas por control sanitario y permisos de funcionamiento, este permiso se lo realiza en base a la condición higiénica y técnico-sanitaria de:

- Instalaciones físicas del local
- Materias primas
- Productos en proceso y terminados
- Instalaciones, equipos y maquinarias
- Personal que tenga certificados médicos expedidos- Inst. Inquieta Pérez.
- Registro único de contribuyentes.
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Dirección de la empresa.

Los permisos sanitarios son renovados en forma anual, durante los primeros 90 días de cada año, previo el pago de las tasas correspondientes.

Para recibir el permiso sanitario se realiza solicitud al director de salud, quien ordena que se realice una inspección del local y si se cumple los requisitos especificados se extiende el permiso sanitario, caso contrario se elabora una ficha en donde se le da a conocer al interesado sobre las recomendaciones y mejoras que debe realizar en la empresa.

#### **5.4.5 Permiso del cuerpo de bomberos**

El permiso del cuerpo de bomberos es parte de lo permiso de funcionamiento de la empresa y se lo realiza con el siguiente trámite:

- Con el RUC, en donde se detalla la actividad económica hay que acercarse al cuerpo de bomberos del cantón.
- Pago por el permiso
- Cumplir con la inspección de la empresa en la fecha especificada.
- La empresa debe tener la señalización de salidas de emergencia y una puerta de salida de emergencia
- Contar con los extintores contra incendios distribuidos por toda la empresa

- Una vez realizada la inspección y se cumpla con los lineamientos de seguridad, se procede a retirar el permiso en el cuerpo de ingenieros de la institución.

#### **5.4.6 Afiliación a la cámara de comercio de Latacunga**

##### **a) Personas naturales**

Los requisitos para ecuatorianos, para afiliarse a la cámara de comercio respectiva es:

- Llenar la solicitud de afiliación
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía

Los requisitos para extranjeros son:

- Llenar solicitud de afiliación
- Fotocopia del pasaporte o cédula de residencia
- Fotocopia del censo otorgado por Migración.

##### **b) Personas jurídicas**

- Llenar solicitud de afiliación
- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Fotocopia de la cedula o pasaporte del representante legal.

##### **c) Apoderados**

- Llenar solicitud de afiliación
- Fotocopia de la escritura del poder conferido
- Fotocopia de la cédula o pasaporte

- El solicitante deberá realizar el pago de la cuota de inscripción a la cámara de comercio
- Para personas naturales el valor a cancelar depende del capital registrado para la afiliación
- Para personas jurídicas el valor a cancelar depende del capital suscrito en las escrituras de constitución de la empresa.

Pago inicial por afiliación se realiza en efectivo o cheque certificado a nombre de la Cámara de Comercio de Latacunga, después del pago se procede a ingresar la información en el sistema y queda inscrito como socio activo.

A las personas naturales se les entrega un certificado -que deberá ser legalizado por un juez de lo civil- y el certificado de afiliación, documentos que habilitan la petición de una matrícula de comercio en el registro mercantil.

Las personas jurídicas reciben un certificado de afiliación que les permite inscribirse en el Registro Mercantil.

#### **5.4.7 Afiliación a la cámara de industriales de Cotopaxi**

##### **Requerimientos:**

- Solicitud al señor presidente de la cámara de industriales de Cotopaxi
- Nombramiento del gerente general de la empresa.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación.
- Dos copias del gerente general de la empresa.
- Copia del RUC.

#### **5.4.8 Apertura de la cuenta corriente- Banco Pichincha**

Es un producto financiero de alta liquidez que le facilita el ágil manejo de su dinero a través del cheque de mayor aceptación, la cuenta corriente está diseñada para que usted maneje en forma simple, cómoda y clara todas sus operaciones.

##### **a) Requisitos**

- Ser mayor de edad
- Presentación de cédula de identidad (original y copia) o pasaporte.
- Otro documento de identificación "preferible" con foto y firma (papeleta de votación) o carnet de residencia (extranjeros).
- Referencias personales, bancarias y/o comerciales.
- Planilla de pago de servicios básicos,
- Depósito inicial.

#### **5.4.9 Registro patronal IESS- clave para el empleador**

- Ingreso a la página [www.iesgob.ec](http://www.iesgob.ec)
- IESS en línea \* empleadores
- Clic en Sistema de empleadores
- Actualización de datos del registro patronal.
- Escoger el sector que pertenece (privado, público y doméstico)
- Ingresar datos obligatorios que tienen asterisco –
- Digitar el número de RUC y (ser. doméstico número de cédula).
- Seleccionar el tipo de empleador
- En el resumen del registro de empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Una vez realizado el registro patronal en historia laboral, debe solicitar la clave en las oficinas de historia laboral del IESS con los siguientes documentos:

- Solicitud de entrega de clave (bajada de internet)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal.
- Copias de las papeletas de votación.
- Copia de pago de servicios básicos ( agua , luz o teléfono )
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la C.I.

El empleador está obligado bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado al Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor, y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros 15 días, el empleador dará aviso al IESS de la modificación del sueldo o salario, la separación del trabajador u otra novedad relevante para la historia laboral del asegurado, dentro del término de 3 días posteriores a la ocurrencia del hecho.

#### **5.4.10 Afiliaciones al IESS**

Son sujetos del seguro general obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular.

- El trabajador en relación de dependencia;
- El trabajador autónomo;
- El profesional en libre ejercicio;
- El administrador o patrono de un negocio;
- El dueño de una empresa unipersonal;
- El menor trabajador independiente; y,
- Los demás asegurados obligados al régimen del seguro general obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

## 5.5 Obligaciones tributarias

- a) **IVA:** en las ventas se cargara el impuesto al valor agregado del 12% vigente o el que determine la ley,
- b) **Obligación de llevar contabilidad:** el código de comercio determina la importancia y obligación de llevar contabilidad y presentar sus cuentas en la Superintendencia de Compañías,
- c) **Retenciones:** está obligada a realizar retenciones del impuesto a la renta, retención en la fuente y el IVA, según lo dispuesto y permitido por la ley.
- d) **Declaración mensual de compras y ventas:** se realiza mediante formulario determinado o a través de la página web ser SRI, con esto se determina los impuestos a cancelar, sea crédito tributario o IVA por pagar.
- e) **Utilidades trabajadores:** se repartirá el 15% de las utilidades a los trabajadores, la ley determina hasta abril de cada año, como constancia de lo entregado se presenta el formulario en el Ministerio de trabajo.
- f) **Impuesto a la renta:** la tarifa de Impuesto a la Renta para las sociedades ha sido disminuida desde el original de 25% al 23% en este año y se recudirá hasta el 22% para los próximos años, como lo establece el Código de la producción, es decir un punto porcentual cada año, y a partir de la reforma, la tarifa de impuesto a la renta para sociedades fijado será del 22%.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL**

Con el estudio de este capítulo se analizarán actividades y recursos fundamentales o indispensables para lograr resultados deseados. Es así que los planes, políticas, principios, misión, visión, etc., empiezan a abarcar terreno que dan significado u orientación a los trabajadores que conforman la organización.

Para lograr un correcto manejo de sus fondos y recursos debemos tener lineamientos a seguir, los mismos que son estipulados por los altos mandos o junta de accionistas. Y se considera una herramienta para los administradores y colaboradores para trabajar por un mismo objetivo.

Las empresas necesitan de una estructura organizacional formal y eficiente, que guíe y defina autoridades, responsables, involucrados para tener un canal de comunicación excelente y directa con sus respectivos Jefes Inmediatos.

“Determinan posiciones, establecen relaciones, asignan funciones, crean atribuciones y delimitan actuaciones para cada uno de los miembros del personal que conforma el equipo de trabajo dentro de la empresa, buscando así maximizar el aprovechamiento del esfuerzo individual y colectivo para lograr mejores resultados” (Sisk, 1973)

#### **6.1 Cultura organizacional**

La formulación de la base filosófica de la empresa forma parte del proceso de planificación estratégica de la misma, a la cual se la denomina también enfoque estratégico. Este enfoque viene dado por el planteamiento de una visión, misión, objetivos estratégicos, y la definición de las respectivas estrategias.

### **6.1.1 Visión**

La construcción de la visión organizacional significa establecer una situación imaginaria en el tiempo aparentemente imposible, capaz de motivar y satisfacer el sentido de existencia, desarrollo y trascendencia personal y colectiva. La visión representa una situación mentalmente desarrollada y desafiante, así como altamente deseable y reconfortante a medio y largo plazo. Es una aproximación de cómo la organización evolucionará para atender con eficiencia las cambiantes necesidades y gustos de su público destinatario. En este sentido, construye un concepto relativamente estable de lo que la organización debe ser y hacia dónde debe dirigirse, en tanto las condiciones y estrategias organizacionales pueden modificarse con el tiempo, pero la visión puede permanecer inalterable en su esencia.

- Posicionar a EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA. para el año 2017 como una industria textil con liderazgo competitivo, que fabrica y comercializa camisetas polo semiformales para damas, caballeros, niñas, niños, estudiantes, con material de calidad y servicio adicional de bordado o estampado, buscando la fidelización del cliente, para ampliar y garantizar el mercado, aportando al desarrollo del país y del cantón latacungueño con responsabilidad social y ambiental.

### **6.1.2 Misión**

El enunciado de la misión se convierte en el marco de referencia para pensar y gobernar a la organización. Basada en los principios correctos, permite evaluar efectivamente todas las decisiones de uso y aplicación de los recursos, los resultados logrados, el uso efectivo del tiempo y la energía de la gente. Guía y orienta al personal y a los socios estratégicos sobre cuál es la naturaleza de la actividad de la organización y hacia dónde va, en términos concretos. Es la primera etapa indispensable para lograr la excelencia gerencial y organizacional. Sin embargo, es necesario que tanto el personal de la organización como los socios estratégicos

entiendan, conozcan y compartan la Misión, pensando, sintiendo y actuando en todos los niveles bajo su espíritu.

- En EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA. el trabajo se centra en brindar el mejor asesoramiento a nuestros clientes para crear distinguidos y elegantes tipos de camisetas polo, ofreciéndoles productos realizados con una alta calidad en la confección, con telas de finas texturas, modelos exclusivos e innovadores, y con un excelente servicio antes durante y después de la compra. Buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes tanto externos como internos.

## **6.2 Objetivos estratégicos**

Son las metas y estrategias planteadas por una organización para reforzar, a largo plazo, la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

**Los objetivos estratégicos definidos por la empresa son los siguientes:**

- Obtener una rentabilidad del 98% del precio de venta de nuestros productos.
- Generar un crecimiento anual en ventas de un 2%.
- Alcanzar un grado de satisfacción al cliente de por lo menos el 80%
- Entregar los pedidos en un límite mínimo de 24 horas.
- Mantener los niveles de desperdicios por debajo del 2%.
- Implantar y mantener una cultura de excelencia en el personal de la organización.
- Mantener el nivel de rotación del personal en un solo dígito, menos del 10%
- Especializar a nuestro personal de planta en el manejo y uso de la maquinaria.
- Dar valor agregado en cada proceso.

### 6.3 Principios y valores

Hace parte de las creencias y valores que cada organización tiene y ha adaptado a su cultura; los principios corporativos son denominados como el marco de referencia dentro del cual debe definirse la dirección estratégica en la que se encamina cada empresa.

Aunque conocemos que cada proceso que se lleve a cabo debe tener previo una planeación y presupuesto, también es claro que cada proceso debe estar preparado para los cambios que el entorno pueda presentar, es por esta razón que en el proceso de planeación y gestión estratégica la definición de los principios corporativos resulta importante, porque es así que evitamos el olvido de los valores que motivan la actividad de la organización, por esto siempre que necesitemos hacer planeación o reestructuración en los procesos debemos partir de los principales objetivos corporativos, de la misión, visión que son los que apoyan los principios y que indican hacer lo correcto y evitar errores.

#### 6.3.1 Principios

- **Excelencia y calidad.-** Cada trabajo o sub proceso debe ser planeado para evitar errores en los mismos.
- **Trabajo en equipo.-** Cada área sumará esfuerzos para entre todos quienes conforman EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA. consigan los objetivos ya fijados.
- **Puntualidad.-** Es muy importante para que la empresa arranque a un mismo horario y todo sea un proceso fluido.

- **Enfoque al cliente.-** Para Emporium Publicidad CÍA. LTDA. es sumamente importante nuestro cliente ya que ellos son quienes dan vida a la comercialización de camisetas polo.
- **Creatividad.-** Nuestros productos serán innovadores, creadores ya que el sector de la vestimenta es cambiante.
- **Profesionalismo.-** Emporium Publicidad CÍA. LTDA. cuenta con personal altamente capacitada, en sus diferentes campos.

### 6.3.2 Valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Ética profesional
- Amabilidad
- Cordialidad

### 6.4 Estrategia empresarial

Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo, las estrategias de negocios incluyen expansión geográfica, diversificación, desarrollo de productos. Las estrategias son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos de la empresa.

#### **6.4.1 Estrategia de competitividad**

Esta estrategia tiene que ver con uno de los objetivos estratégicos que es el logro de la eficiencia, eficacia y productividad de la empresa en su operación y gestión, las cuales se respalda en:

- Generar valor agregado en todos los procesos de la empresa.
- Optimizar racionalmente los recursos en todos los procesos de la empresa.
- Implantar las nuevas tecnologías y métodos en la realización del trabajo.
- Realizar las cosas bien una sola vez (no re proceso).
- Procurar la completa satisfacción del cliente en todas las actividades del proceso.

#### **6.4.2 Estrategia de crecimiento**

Las estrategias de crecimiento buscan la expansión geográfica de la empresa, o a su vez la expansión financiera por medio de la incursión en otro tipo de actividades relacionadas con el negocio principal.

Para este caso el objetivo de crecimiento especificado por la empresa es el crecimiento en ventas del 2% anual, para lo cual se plantea las siguientes acciones:

- Desarrollo del canal de comercialización.
- Establecer métodos y formas de asociación y franquicias.
- Desarrollo de nuevos diseños de camisetas polo, y logotipos.

Con estas acciones lo que se quiere lograr una mayor ocupación del mercado en relación a la geografía del mercado.

### **6.4.3 Estrategia de competencia**

Las estrategias de competencias se basa en las armas que la empresa presentará para competir en el sector industrial y en el mercado, esta estrategia depende del tamaño de los competidores, las fuerzas del mercado como el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los competidores.

Para que esta estrategia sea efectiva es preferible analizar las estrategias que están usando, los principales competidores del mercado, y buscar un elemento que le permita a la empresa diferenciarse y obtener una ventaja competitiva, o identificar segmentos de mercado más pequeños llamados nichos donde estos competidores todavía no han llegado.

Entre las acciones a seguir para lograr este objetivo están:

- Planes de benchmarking.
- Planes de especialización.
- Planes de investigación al cliente y desarrollo de los productos.

### **6.4.4 Estrategia operativa**

El enfoque que la empresa dará a sus operaciones estará en función del cliente, en enfoque de procesos, y no funciones, este tema es muy importante para el desarrollo de la estructura organizacional y el desarrollo de líneas de responsabilidad y autoridad.

De este análisis se desprenden las siguientes acciones:

- Formalización y documentación de los diferentes procesos de producción.
- Aplicación e implantación de técnicas de trabajo en equipo y de mejora continua.

- Implantación de sistemas de incentivos en función del desempeño para el área de producción.
- Implantación de planes de capacitación y adiestramiento del personal.

#### **6.4.5 Estrategia de mercadotecnia**

Una buena definición de la estrategia de marketing de las camisetas polo con publicidad POP de identificación empresarial o institucional de la empresa garantizarán la consecución de los objetivos de crecimiento y de ventas propuestas para la empresa, esta estrategia por supuesto debe estar sustentada con un producto de buena calidad, un precio competitivo, y una estrategia de servicios adecuada, en la estrategia de servicio incluye la entrega del producto.

#### **6.4.6 Estrategia de producto**

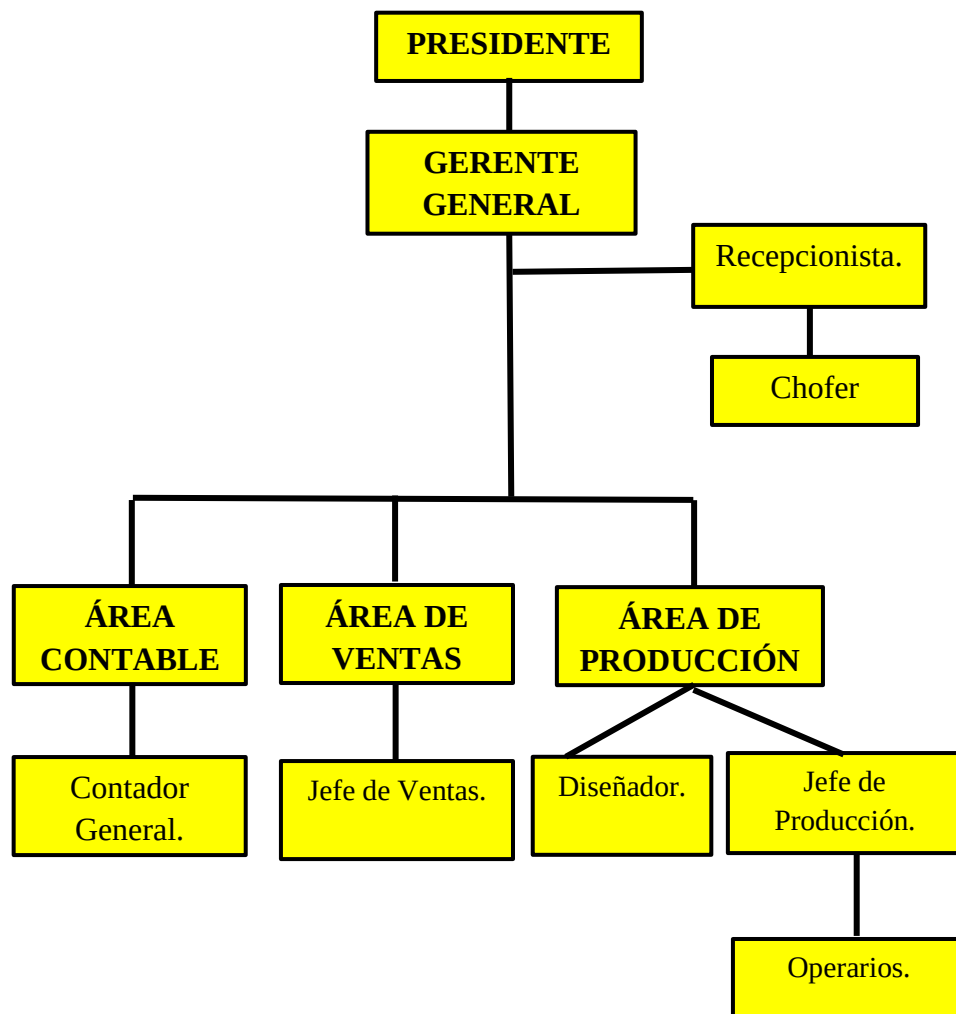
La estrategia de producto y servicio se sustentará en el análisis del ciclo de vida, la identificación de las características del producto, del diseño, empaque y un aspecto importante es la adopción de una marca, sin duda son aspectos que aportarán a la diferenciación y la buena aceptación del producto en el mercado, además de aportar argumentos importantes para la percepción del precio por parte de los consumidores.

### **6.5 Organigrama estructural**

Organigrama (órgano = órgano u organismo + grama = gráfico) es la gráfica que representa la organización de una empresa, su estructura organizacional, muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica. Ya que comunica la estructura organizativa.

Nuestro organigrama muestra 3 niveles Directivo, Asesor y Operativo.

**Gráfico 35. Organigrama estructural**  
**EMPRESA EMPORIUM PUBLICIDAD CÍA. LTDA.**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 6.6 Manual de cargos y funciones

Es un instrumento de contratación que contiene un conjunto de normas y tareas que va a desarrollar cada trabajador en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o

labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

- **Manual de cargos y funciones del presidente.**

**Tabla 96: Manual de cargos y funciones del presidente**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>PRESIDENTE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b><u>No. PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>1 Presidente</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Controlar el funcionamiento de las políticas determinadas por la Junta General.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de folletos para el personal sobre políticas, principios y valores empresariales.</li> <li>2. Velar por el cumplimiento de las actividades planificadas para consecución de los objetivos empresariales.</li> <li>3. Con su firma legalizar los certificados provisionales y las acciones.</li> <li>4. Firmar el nombramiento del Gerente G. y conferir copias del mismo</li> <li>5. En ausencia temporal o definitiva del mismo, asumir la responsabilidad inmediata, hasta nueva Junta general para nuevo nombramiento.</li> </ol> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Es la autoridad representativa de la empresa, puede ser o no accionista, vela por que se cumplan las políticas emitidas en junta general y que se mantenga el normal desarrollo de las actividades.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Ingeniería en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de empresas.</li> <li>• Finanzas.</li> <li>• Carreras Afines.</li> </ul> <b>Experiencia:</b> 5 años<br><b>Actitudes:</b> honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad.<br><b>Responsabilidades adquiridas:</b> Supervisión y Control del personal y de sus funciones para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.<br><b>Ambiente:</b> oficina<br><b>Riesgo:</b> Máximo. |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones del gerente.**

**Tabla 97: Manual de cargos y funciones del gerente general**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>GERENTE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b><u>No.PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>1 Gerente General</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Mantener Control Financiero y Supervisión de la Empresa                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 1. Asumir el control sobre el personal al servicio.<br>2. Planificar, organizar, controlar y orientar las distintas áreas de trabajo.<br>3. Supervisar la gestión del presupuesto de naturaleza económica.<br>4. Entregar informes mensuales y anuales de todas las áreas de la empresa.<br>5. Disposición a nuevas tareas asignadas. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Será la encargada de planificar, coordinar, dirigir, y supervisar que todas las actividades de la empresa se cumplan para ello debe hacer un seguimiento y control de todas y cada una de las áreas que pertenecen a la empresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Ingeniería en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de empresas.</li> <li>• Finanzas.</li> <li>• Carreras Afines.</li> </ul> <b>Experiencia:</b> 5 años<br><b>Actitudes:</b> honesta/o, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad.<br><b>Responsabilidades adquiridas:</b> Planificar y Control del personal y de sus funciones para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.<br><b>Ambiente:</b> oficina<br><b>Riesgo:</b> Máximo. |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones del contador general.**

**Tabla 98: Manual de cargos y funciones del contador general**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>CONTADOR GENERAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b><u>JEFE INMEDIATO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Gerente y Presidente.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b><u>No. PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Mantener las cuentas al día para saber el estado económico de la empresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 1. Clasificar, Registrar, Analizar e Interpretar la información financiera del plan de cuentas.<br>2. Llevar en orden los libros mayores.<br>3. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.<br>4. Preparar y presentar tributo al orden municipal, departamental y nacional.<br>5. Clasificar los estados financieros<br>6. Asesorar al gerente y a la junta de socios.<br>7. Disposición a nuevas tareas asignadas. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Reportar al gerente el estado actual de la empresa en la parte económica con el fin de llevar una contabilidad clara y precisa                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> CPA.<br><b>Experiencia:</b> 2 años.<br><b>Actitudes:</b> honesto, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad, orden, discreción, compromiso, eficaz, agilidad mental y destreza para los números.<br><b>Responsabilidades adquiridas:</b> Mantener e Informar los estados financieros de la empresa.<br><b>Ambiente:</b> oficina<br><b>Riesgo:</b> Máximo. |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones del jefe de ventas.**

**Tabla 99: Manual de cargos y funciones del jefe de ventas**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>JEFE DE VENTAS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b><u>JEFE INMEDIATO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Gerente y Presidente.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b><u>No. PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Buscar nuevas estrategias para comercializar el producto, ampliar Cartera de Clientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 1. Buscar e Investigar nuevas estrategias de venta del producto.<br>2. Crear nuevos productos e innovarlos ya existentes para ser cada día mejor.<br>3. Ampliar Cartera de clientes Potenciales.<br>4. Analizar la rentabilidad de los productos en el mercado.<br>5. Finiquitar contratos de ventas.<br>6. Fijar políticas de venta y promociones.<br>7. Disponibilidad a cualquier otra disposición. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Encargado de buscar nuevas estrategias de mercadeo para aplicar a los productos de la empresa y ampliar las ventas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Ing. Comercial con especialización en Marketing.<br><b>Experiencia:</b> 2 años<br><b>Actitudes:</b> estratégico, honesto, responsable, respetuoso, tolerante, innovador, discreción.<br><b>Responsabilidades adquiridas:</b> será el encargado de velar que el producto se comercialice y produzca buena rentabilidad para la empresa<br><b>Ambiente:</b> Oficina, áreas de la empresa y Ventas Externas previo cita.<br><b>Riesgo:</b> Máximo |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones del jefe producción.**

**Tabla 100: Manual de cargos y funciones del jefe de producción**

|                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                             | <b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b><u>JEFE INMEDIATO:</u></b>                                                                                                                                                                                                               | <b>Gerente, y Presidente.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b><u>NO. PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                         | <b>1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Coordinar proceso de producción, controlar tiempos de producción y materia prima.                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1. Coordinar y Revisar la materia prima para el proceso de Producción.<br>2. Control de tiempos de producción.<br>3. Coordinar mano de obra requerida.<br>4. Subsanan ciertas averías en el proceso de producción.<br>5. Control de Calidad |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                             | Responsable de proceso de producción del producto y entrega al departamento de ventas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                    | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Ingeniero en Procesos, Ingeniero en Calidad.<br><b>Experiencia:</b> 2 años<br><b>Actividades:</b> responsable, creativo, dinámico, puntual, responsables, honesto, tolerante, agilidad, destreza, control, credibilidad, convencimiento, agilidad mental.<br><b>Responsabilidades Adquiridas:</b> se encargará de que el proceso de producción tenga fluidez, buscando alternativas o cambios necesarios para innovar y mejorar.<br><b>Riesgo:</b> Máximo. |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones del diseñador.**

**Tabla 101: Manual de cargos y funciones del diseñador**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>DISEÑADOR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b><u>JEFE INMEDIATO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Gerente y Presidente.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b><u>No. PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Busca, crea o modifica objetos o ideas para hacerlos útiles, prácticos o atractivos visualmente, con la intención de satisfacer las necesidades del ser humano                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 1. Desarrollar la imagen gráfica del logotipo a través de las distintas piezas publicitarias.<br>2. Difundir ideas de marcas impresas, bordadas etc.<br>3. Manejo de redes sociales, páginas web, internet.<br>4. Conocimientos de programas de Diseño como Adobe Ilustrador, Protosol, Audaces, etc.<br>5. Conocimientos de Flash y multimedia para realizar animaciones de páginas web y redes sociales. |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Personal con conocimientos en diseño de modas y patronaje industrial.                                                                                                                                                                                                                       |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Ingeniero en Publicidad, Diseño Gráfico, Diseño de Modas o afines<br><b>Experiencia:</b> 1 Año<br><b>Actividades:</b> responsabilidad, compromiso, puntualidad, paciencia, creatividad, estratégico, innovador.<br><b>Riesgo:</b> Máximo. |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones de la recepcionista.**

**Tabla 102: Manual de cargos y funciones de Recepción**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>RECEPCIONISTA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b><u>JEFE INMEDIATO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Gerente, Presidente</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b><u>No. PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Coordinar y ayudar a llevar un orden de los archivos y documentos de la empresa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 1. Recibir, Revisar, Contestar, Enviar y Archivar la correspondencia y documentos de la empresa.<br>2. Llevar la agenda del gerente y presidente.<br>3. Anunciar las personas que los soliciten<br>3. Contestar las líneas telefónicas, y enviar a los involucrados.<br>4. Elaborar y presentar informes mensuales<br>5. Disposición a nuevas tareas asignadas<br>6. Atención al cliente<br>7. Manejo de Paquete Office. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Ser apoyo, Conocer y Coordinar todos los asunto para que los servicios administrativos y ejecutivos se desarrollen adecuadamente y eficiente                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Bachiller.<br><b>Experiencia:</b> 2 años<br><b>Actitudes:</b> honesta, responsable, respetuoso, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad, orden, discreción, compromiso.<br><b>Responsabilidades adquiridas:</b> recibir y enviar documentos confidenciales de la empresa y mantener discreción de no publicar datos.<br><b>Ambiente:</b> Oficina<br><b>Riesgo:</b> Medio. |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones de los operarios poli funcionales.**

**Tabla 103: Manual de cargos y funciones de los operarios poli-funcionales**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | OPERARIOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b><u>JEFE INMEDIATO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Jefe de Producción.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b><u>NO.PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Responsables del área productiva, buen uso y manejo de máquinas.                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 1. Responsabilidad de las materias primas y demás accesorios entregados al área productiva.<br>2. Cumplir normas calidad establecidos por su jefe superior.<br>3. Cumplir los planes de producción<br>4. Adecuada manipulación de máquinas y equipos.<br>5. Verificar y dar mantenimiento adecuado a las maquinas a su cargo<br>6. Mantener el área en orden |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Personal con certificados de manejar máquinas industriales, conocimientos de modistería.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Bachiller en Corte y Confección<br><b>Experiencia:</b> 6 meses<br><b>Actitudes:</b> Agilidad, Velocidad, Responsabilidad, Puntualidad.<br><b>Responsabilidad:</b> Ayudar en el área de producción y mantener todas las áreas limpias y aseadas.<br><b>Condiciones de trabajo</b><br><b>Ambiente:</b> todos las áreas de trabajo de oficina y de producción<br><b>Riesgo:</b> mínimo<br><b>Requisito Físico:</b> constante movimiento y resistencias muscular |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

- **Manual de cargos y funciones del chofer.**

**Tabla 104: Manual de cargos y funciones del chofer profesional**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><u>NOMBRE DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>CHOFER POLIFUNCIONAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b><u>JEFE INMEDIATO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Recepcionista.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b><u>No. PER. EN EL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b><u>OBJETIVO:</u></b> Operar la unidad vehicular asignada y entregar los productos a nuestros clientes, y entrega de correspondencia de las áreas de la empresa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b><u>FUNCIONES</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 1. Transportar el producto desde la empresa hacia el cliente.<br>2. Verificar que la mercancía cargada en su vehículo corresponda al documento que ampara la operación.<br>3. Transportar y resguardar la documentación que se genere de su recorrido por los almacenes.<br>4. Verificar las condiciones mecánicas de la unidad de transporte a su cargo, vigilando que sean las adecuadas para el uso normal del vehículo.<br>5. Ayudar con la correspondencia de la empresa. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b><u>PERFIL DEL CARGO:</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Encargado de llevar puerta a puerta el producto y documentos, mantener el orden interno.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b><u>REQUISITOS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>REQUISITOS DE FORMACIÓN:</b><br><b>Título:</b> Bachiller con Licencia Profesional<br><b>Experiencia:</b> 1 año<br><b>Actividades:</b> conocimiento del manejo, empatía, capacidad de comunicación, conocimiento de zonas.<br><b>Responsabilidades:</b> Conducción de vehículo, limpieza y orden interno de la empresa.<br><b>Ambiente:</b> Cantón Latacunga.<br><b>Riesgo:</b> Accidente de Tránsito. |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## **CAPÍTULO VII**

### **7. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero se realiza con la finalidad de identificar los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, permitiendo con mayor precisión cuantificar el capital requerido para desarrollar la propuesta del negocio.

A través de la información recolectada y analizada en los capítulos anteriores se busca establecer el sustento de factibilidad del mismo, es decir, en este capítulo se demuestra si la idea es viable, y es por eso que se analiza tres presupuestos:

- Presupuesto de producción,
- Presupuesto de administración,
- Presupuesto de ventas.

Se determina como presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica durante un periodo determinado, en nuestro caso será anual, se presupuesta para cumplir metas establecidas.

El volumen de los recursos económicos a invertir depende de las características del proyecto, por ello se analiza el tipo de inversiones que se realizará y también la forma de financiamiento para cubrir todos los requerimientos de la empresa.

## **7.1 Inversión del proyecto**

“La mayoría de las inversiones de un proyecto se concentran en aquellas que se deben realizar antes del inicio de la operación” (Sapag, 2007, pág. 142)

Se considera el monto de la inversión inicial, el desembolso que debemos realizar en el momento cero para llevar a cabo la implantación del proyecto, se compone de dos rubros.

- Activos fijos o propiedad, planta y equipo.
- Capital de trabajo

Son imprescindibles para iniciar las actividades del proyecto propuesto.

## **7.2 Determinación de la inversión total**

Después de analizar las inversiones en las cuales se ve inmerso el proyecto, es preciso determinar el valor de la inversión total, valor que se debe disponer al inicio del proyecto para la adquisición de todos los bienes, gastos de operación y el capital de trabajo.

**Tabla 105: Inversión total**

|                                        |                  |                     |
|----------------------------------------|------------------|---------------------|
| <b>INVERSIÓN TOTAL</b>                 |                  | <b>\$ 61.238,96</b> |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                   | <b>Tabla 106</b> | <b>\$ 35.938,76</b> |
| MUEBLES Y ENSERES                      | Tabla 77         | \$ 3.454,00         |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN                  | Tabla 78         | \$ 3.965,00         |
| EQUIPO DE OFICINA                      | Tabla 79         | \$ 948,00           |
| MAQUINARIA                             | Tabla 80         | \$ 17.991,76        |
| VEHÍCULO                               | Tabla 81         | \$ 9.580,00         |
| <b>CAPITAL TRABAJO</b>                 | <b>Tabla 111</b> | <b>\$ 25.300,20</b> |
| INVENTARIO DE MATERIA PRIMA            |                  | \$ 10.288,02        |
| TALENTO HUMANO                         |                  | \$ 12.331,42        |
| PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN                 |                  | \$ 216,99           |
| ARRIENDO                               |                  | \$ 789,04           |
| SERVICIOS BÁSICOS                      |                  | \$ 352,47           |
| MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS            |                  | \$ 162,52           |
| SEGURO ACTIVOS FIJOS                   |                  | \$ 218,59           |
| COMBUSTIBLE                            |                  | \$ 130,19           |
| SUMINISTROS OFICINA, LIMPIEZA Y PLANTA |                  | \$ 135,63           |
| IMPREVISTOS (5%)                       |                  | \$ 514,40           |
| GASTO DE CONSTITUCIÓN                  |                  | \$ 160,93           |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### **7.2.1 Inversión en activos fijos**

Son el conjunto de bienes que representan el patrimonio de la empresa y se los adquiere en la etapa de instalación del proyecto y se los usa durante toda su vida útil, por el tipo de inversión representan en capital fijo de la empresa.

Se considera como la propiedad planta y equipo de la empresa y son de derecho exclusivo para desempeñar mejor la actividad de la empresa.

Los activos fijos se los determinan de acuerdo con la ingeniería del proyecto, los cuales son: maquinaria, muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación y el vehículo.

## Características

- Se desgastan conforme su uso o desuso en varios periodos,
- No son bienes disponibles para la venta,
- Tienen un valor representativo,
- Vida útil más o menos duradera.

**Tabla 106: Inversión en activos fijos**

| DETALLE                |          | PRECIO<br>TOTAL (\$) |
|------------------------|----------|----------------------|
| Muebles y Enseres      | Tabla 77 | \$ 3.454,00          |
| Equipo de Computación  | Tabla 78 | \$ 3.965,00          |
| Equipo de Oficina      | Tabla 79 | \$ 948,00            |
| Maquinaria             | Tabla 80 | \$ 17.991,76         |
| Vehículo               | Tabla 81 | \$ 9.580,00          |
| <b>INVERSIÓN TOTAL</b> |          | <b>\$ 35.938,76</b>  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.2.2 Gastos de constitución

“Son todas aquellas inversiones que se realizan en bienes intangibles sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto”<sup>4</sup>

A este rubro pertenecen los gastos de puesta en marcha, constitución jurídica, organización, patentes, licencias, que no están sujetos a desgaste físico, etc.

---

<sup>4</sup> BARRENO, Luis, **Op. Cit.** p. 67.

De Acuerdo a la NIIF 1, los gastos de constitución y de primer establecimiento no son reconocidos como activos intangibles, sino que se deben registrar como gastos, puesto que el desembolso realizado no ha servido para adquirir ni crear ningún activo que pueda ser reconocido como tal, en este caso de gastos de ampliación de capital, deben minorar los fondos propios en vez de registrarse como un activo.

**Tabla 107: Inversión total gastos de constitución**

| DETALLE                | COSTO            |
|------------------------|------------------|
| Gastos de Constitución | \$ 979,00        |
| <b>TOTAL</b>           | <b>\$ 979,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 108: Detalle gastos de constitución**

| CONCEPTO                                 | COSTO            |
|------------------------------------------|------------------|
| Trámites generales                       | \$ 150,00        |
| Honorarios Profesionales                 | \$ 145,00        |
| Permiso del Cuerpo de Bomberos           | \$ 50,00         |
| Permiso de rótulos y publicidad exterior | \$ 50,00         |
| Patente municipal                        | \$ 100,00        |
| Afiliaciones a Cámara                    | \$ 30,00         |
| Marca                                    | \$ 54,00         |
| Depósito Constitución                    | \$ 400,00        |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>\$ 979,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.2.3 Inversión en capital de trabajo

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesario, en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo de producción, entendiéndose como ciclo productivo al proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y termina cuando se

venden los insumos, transformados en productos terminados, y se perciben el producto de la venta y queda disponible para cancelar nuevos insumos”<sup>5</sup>

Permite conocer los gastos y rubros que requieren egreso de dinero, para el normal funcionamiento del proyecto.

En proyectos nuevos como en el caso de Emporium Publicidad Cía. Ltda., se utiliza un periodo de provisión de 2 meses, tiempo en el cual la empresa adquiere independencia operativa.

**Tabla 109: Fórmula de cálculo del capital de trabajo**

| TOTAL DE COSTOS INVOLUCRADOS | # DE DÍAS DE DESFASE |
|------------------------------|----------------------|
| 365                          |                      |

#### **Dónde**

- **Costos involucrados**

Son todos los costos y gastos anuales incurridos en las áreas de la empresa, como: inventarios, talento humano, publicidad, servicios básicos, mantenimiento, seguros, combustible, arriendo e imprevistos, es decir los costos y gastos anuales de operación.

- **Días desfase**

Periodo de tiempo que toma recuperar el valor de las ventas, en nuestro caso se determina 60 días.

---

<sup>5</sup> SAPAG; Chain, **Op. Cit.**, p. 26

**Tabla 110: Costos involucrados anuales- 2013**

| <b>DETALLE</b>                     |                     | <b>COSTO ANUAL (\$)</b> |
|------------------------------------|---------------------|-------------------------|
| <u>INVENTARIO DE MATERIA PRIMA</u> | <u>Tabla 65, 66</u> | \$ 62.585,44            |
| <u>TALENTO HUMANO</u>              | <u>Tabla 69</u>     | \$ 75.016,11            |
| Presidente                         |                     | \$ 7.521,00             |
| Gerente General                    |                     | \$ 7.521,00             |
| Contador(a)                        |                     | \$ 6.798,10             |
| Jefe de Ventas                     |                     | \$ 6.798,10             |
| Diseñador                          |                     | \$ 5.352,30             |
| Recepcionista                      |                     | \$ 4.889,64             |
| Chofer                             |                     | \$ 4.889,64             |
| Jefe de Producción                 |                     | \$ 6.798,10             |
| Operarios                          |                     | \$ 24.448,22            |
| <u>PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN</u>      | <u>Tabla 87</u>     | \$ 1.320,00             |
| Página Web.                        |                     | \$ 1.140,00             |
| Gifts Away                         |                     | \$ 36,00                |
| Hojas Volantes                     |                     | \$ 84,00                |
| Publicación en el diario Gaceta    |                     | \$ 60,00                |
| <u>ARRIENDO</u>                    | <u>Tabla 88</u>     | \$ 4.800,00             |
| <u>SERVICIOS BÁSICOS</u>           |                     | \$ 2.144,22             |
| Agua                               | Tabla 83            | \$ 122,40               |
| Luz                                | Tabla 84            | \$ 797,82               |
| Teléfono                           | Tabla 86            | \$ 487,20               |
| Internet                           | Tabla 85            | \$ 736,80               |
| <u>MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS</u> |                     | \$ 988,65               |
| Muebles y Enseres                  | Tabla 89            | \$ 69,08                |
| Equipo de Computación              | Tabla 89            | \$ 79,30                |
| Equipo de Oficina                  | Tabla 89            | \$ 18,96                |
| Vehículo                           | Tabla 89            | \$ 191,60               |
| Maquinaria                         | Tabla 90            | \$ 629,71               |
| <u>SEGURO ACTIVOS FIJOS</u>        | <u>Tabla 91</u>     | \$ 1.329,73             |
| Muebles y Enseres                  |                     | \$ 127,80               |
| Equipo de Computación              |                     | \$ 146,71               |
| Equipo de Oficina                  |                     | \$ 35,08                |
| Maquinaria                         |                     | \$ 665,70               |
| Vehículo                           |                     | \$ 354,46               |
| <u>COMBUSTIBLE</u>                 | <u>Tabla 82</u>     | \$ 792,00               |
| <u>SUMINISTROS</u>                 |                     | \$ 825,11               |
| Suministros de Oficina             | Tabla 75            | \$ 257,11               |
| Suministros de Limpieza            | Tabla 76            | \$ 230,80               |
| Suministros de Planta              | Tabla 74            | \$ 337,20               |
| <u>IMPREVISTOS (5%)</u>            | <u>Tabla 92, 93</u> | \$ 3.129,27             |
| <u>GASTO DE CONSTITUCIÓN</u>       | <u>Tabla 112</u>    | \$ 979,00               |
| <b>TOTAL</b>                       |                     | <b>\$ 153.909,53</b>    |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 111: Cálculo capital de trabajo- 2013**

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| <b>\$ 153.909,53</b> | <b>60</b> |
| <b>365</b>           |           |
| <b>\$ 25.300,20</b>  |           |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 112: Detalle capital de trabajo- 2013**

| <b>DETALLE</b>                         |              | <b>COSTO ANUAL</b>   | <b>CT</b>           |
|----------------------------------------|--------------|----------------------|---------------------|
| INVENTARIO DE MATERIA PRIMA            | Tabla 65, 66 | \$ 62.585,44         | \$ 10.288,02        |
| TALENTO HUMANO                         | Tabla 69     | \$ 75.016,11         | \$ 12.331,42        |
| PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN                 | Tabla 87     | \$ 1.320,00          | \$ 216,99           |
| ARRIENDO                               | Tabla 88     | \$ 4.800,00          | \$ 789,04           |
| SERVICIOS BÁSICOS                      | Tabla 83: 86 | \$ 2.144,22          | \$ 352,47           |
| MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS            | Tabla 89, 90 | \$ 988,65            | \$ 162,52           |
| SEGURO ACTIVOS FIJOS                   | Tabla 91     | \$ 1.329,73          | \$ 218,59           |
| COMBUSTIBLE                            | Tabla 82     | \$ 792,00            | \$ 130,19           |
| SUMINISTROS OFICINA, LIMPIEZA Y PLANTA | Tabla 74: 76 | \$ 825,11            | \$ 135,63           |
| IMPREVISTOS (5%)                       | Tabla 92, 93 | \$ 3.129,27          | \$ 514,40           |
| GASTO DE CONSTITUCIÓN                  | Tabla 107    | \$ 979,00            | \$ 160,93           |
| <b>TOTAL</b>                           |              | <b>\$ 153.909,53</b> | <b>\$ 25.300,20</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.3 Depreciaciones

Los activos fijos como propiedad planta y equipo pierden valor con el tiempo, la pérdida de valor contable en los activos fijos se denomina depreciación,

“Constituyen los valores de deterioro o desgaste, que sufren los activos fijos tangibles, durante el desarrollo de las actividades productivas de la empresa” (Zapata, Contabilidad general, 2004, págs. 124, 125)

El desgaste se produce por las siguientes causas:

- El uso moderado o acelerado,
- El paso del tiempo,
- Destrucción total o parcial.

Los porcentajes de depreciación que corresponden son:

- Equipo de oficina 10% a 10 años
- Equipo de Computación 33% a 3 años
- Vehículos 20% a 5 años
- Muebles de oficina 10% a 10 años
- Maquinaria y equipo 10% a 10 años

Como ya se determinó los porcentajes de depreciación, en esta sección se muestra los respectivos cálculos para los cinco primeros años de estudio del proyecto.

El método a utilizarse para depreciar los activos fijos es el método de Línea Recta, el cual se basa en el número de años de vida del activo.

Según la NIC 36, el importe depreciable de un activo, sometido a depreciación, debe ser distribuida con un criterio sistemático entre cada uno de los periodos contables que constituyan su vida útil.

**Tabla 113: Depreciaciones**

| DETALLE               | COSTO<br>ACTIVO (\$) | VIDA<br>UTIL | % DEPRE.<br>ANUAL | DEP.<br>ANUAL      | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3              | AÑO 4              | AÑO 5              |
|-----------------------|----------------------|--------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                       | Tabla 106            |              |                   |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| Muebles y Enseres     | \$ 3.454,00          | 10           | 10%               | \$ 345,40          | \$ 345,40          | \$ 345,40          | \$ 345,40          | \$ 345,40          | \$ 345,40          |
| Equipo de Computación | \$ 3.965,00          | 3            | 33,33%            | \$ 1.321,53        | \$ 1.321,53        | \$ 1.321,53        | \$ 1.321,53        | \$ 0,00            | \$ 0,00            |
| Equipo de Oficina     | \$ 948,00            | 10           | 10%               | \$ 94,80           | \$ 94,80           | \$ 94,80           | \$ 94,80           | \$ 94,80           | \$ 94,80           |
| Maquinaria            | \$ 17.991,76         | 10           | 10%               | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        |
| Vehículo              | \$ 9.580,00          | 5            | 20%               | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        |
| <b>TOTAL</b>          | <b>\$ 35.938,76</b>  |              |                   | <b>\$ 5.476,91</b> | <b>\$ 5.476,91</b> | <b>\$ 5.476,91</b> | <b>\$ 5.476,91</b> | <b>\$ 4.155,38</b> | <b>\$ 4.155,38</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.4 Determinación de los costos y gastos

Corresponde a los costos y gastos que realizará la empresa, los cuales son: materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y los gastos de administración y ventas.

### 7.4.1 Costo de producción

En este proyecto los costos de producción están integrados por la Materia prima directa, manos de obra directa y todos aquellos costos indirectos de fabricación como: mantenimiento y depreciación de activos fijos de planta.

**Tabla 114: Total costos de producción (\$)**

| AÑOS                     |                | 2013                 | 2014                 | 2015                 | 2016                 | 2017                 |
|--------------------------|----------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| PRODUCCIÓN               |                | 16491                | 17034                | 17577                | 18120                | 18662                |
| COSTO DE PRODUCCIÓN      |                | VALOR ANUAL (\$)     | VALOR ANUAL (\$)     | VALOR ANUAL (\$)     | VALOR ANUAL (\$)     | VALOR ANUAL (\$)     |
| Materia prima directa    | Tabla 115, 116 | \$ 62.130,28         | \$ 64.175,42         | \$ 66.220,55         | \$ 68.265,68         | \$ 70.310,82         |
| Materia prima indirecta  | Tabla 121, 122 | \$ 455,15            | \$ 470,14            | \$ 485,12            | \$ 500,10            | \$ 515,08            |
| Mano de obra directa     | Tabla 118      | \$ 24.448,22         | \$ 26.011,53         | \$ 27.148,26         | \$ 28.337,63         | \$ 29.582,06         |
| Mano de obra indirecta   | Tabla 120      | \$ 12.150,40         | \$ 13.941,15         | \$ 14.559,59         | \$ 15.206,66         | \$ 15.883,68         |
| Mantenimiento Maquinaria | Tabla 126      | \$ 629,71            | \$ 629,71            | \$ 629,71            | \$ 629,71            | \$ 629,71            |
| Combustible producción   | Tabla 127      | \$ 316,80            | \$ 331,47            | \$ 346,81            | \$ 362,87            | \$ 379,67            |
| Suministros de oficina   | Tabla 124      | \$ 4,35              | \$ 4,55              | \$ 4,76              | \$ 4,98              | \$ 5,21              |
| Suministros de planta    | Tabla 123      | \$ 337,20            | \$ 352,81            | \$ 369,15            | \$ 386,24            | \$ 404,12            |
| Suministros de limpieza  | Tabla 125      | \$ 28,95             | \$ 30,29             | \$ 31,69             | \$ 33,16             | \$ 34,70             |
| Depreciación maquinaria  | Tabla 128      | \$ 1.799,18          | \$ 1.799,18          | \$ 1.799,18          | \$ 1.799,18          | \$ 1.799,18          |
| <b>TOTAL</b>             |                | <b>\$ 102.300,25</b> | <b>\$ 107.746,24</b> | <b>\$ 111.594,82</b> | <b>\$ 115.526,21</b> | <b>\$ 119.544,24</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 7.4.1.1 Materia prima directa

“Constituye todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien”<sup>6</sup>

La materia prima representa un elemento fundamental del costo, por su valor en la inversión total del producto, representa la esencia del producto y sin este requerimiento no se puede lograr la obtención del mismo.

La materia prima forma parte integral del producto, se los puede medir en forma unitaria para la confección de camisetas polo.

**Tabla 115: Proyección materia prima directa- camisetas bordadas (Prod.)**

| AÑO              | 2013                | 2014                | 2015                | 2016                | 2017                |
|------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| DETALLE          | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    |
|                  | Tabla 65            | Tabla 67            | Tabla 67            | Tabla 67            | Tabla 67            |
| Telas (m)        | \$ 26.319,82        | \$ 27.186,19        | \$ 28.052,55        | \$ 28.918,92        | \$ 29.785,29        |
| Botones (unidad) | \$ 1.855,25         | \$ 1.916,32         | \$ 1.977,39         | \$ 2.038,46         | \$ 2.099,53         |
| Pelón (m)        | \$ 2.251,04         | \$ 2.325,13         | \$ 2.399,23         | \$ 2.473,33         | \$ 2.547,43         |
| Hilos (m)        | \$ 1.113,15         | \$ 1.149,79         | \$ 1.186,43         | \$ 1.223,07         | \$ 1.259,72         |
| Cuellos (unidad) | \$ 15.089,37        | \$ 15.586,07        | \$ 16.082,76        | \$ 16.579,46        | \$ 17.076,15        |
| <b>TOTAL</b>     | <b>\$ 46.628,63</b> | <b>\$ 48.163,50</b> | <b>\$ 49.698,37</b> | <b>\$ 51.233,24</b> | <b>\$ 52.768,10</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

---

<sup>6</sup> ZAPATA, Pedro, **Op. Cit.**, p.10.

**Tabla 116: Proyección materia prima directa- camisetas estampadas (Prod.)**

| AÑO                             | 2013                | 2014                | 2015                | 2016                | 2017                |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| DETALLE                         | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    |
|                                 | Tabla 66            | Tabla 68            | Tabla 68            | Tabla 68            | Tabla 68            |
| Telas (m)                       | \$ 8.773,27         | \$ 9.062,06         | \$ 9.350,85         | \$ 9.639,64         | \$ 9.928,43         |
| Botones (unidad)                | \$ 618,42           | \$ 638,77           | \$ 659,13           | \$ 679,49           | \$ 699,84           |
| Pelón (m)                       | \$ 750,35           | \$ 775,04           | \$ 799,74           | \$ 824,44           | \$ 849,14           |
| Hilos (m)                       | \$ 185,53           | \$ 191,63           | \$ 197,74           | \$ 203,85           | \$ 209,95           |
| Cuellos (unidad)                | \$ 5.029,79         | \$ 5.195,36         | \$ 5.360,92         | \$ 5.526,49         | \$ 5.692,05         |
| Tintas de Estampar (mililitros) | \$ 144,30           | \$ 149,05           | \$ 153,80           | \$ 158,55           | \$ 163,30           |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>\$ 15.501,65</b> | <b>\$ 16.011,92</b> | <b>\$ 16.522,18</b> | <b>\$ 17.032,45</b> | <b>\$ 17.542,71</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### 7.4.1.2 Mano de obra directa

La mano de obra directa es la que interviene personal y directamente en la elaboración del producto, empleando su esfuerzo físico e intelectual, para transformar la materia prima en partes específicas y después a artículos terminados

El cálculo de este pago se lo realiza mensualmente y se calcula el salario que perciben los trabajadores más todos los beneficios y prestaciones sociales que ley exige como son: décimo tercero, décimo cuarto, aportes al IESS y a partir del 2do año de trabajo se calculara también vacaciones y fondos de reserva del 8.33%.

La Mano de Obra Directa en este proyecto corresponde a los 5 operarios, que son los que están involucrados directamente en la producción de camisetas tipo polo con publicidad POP.

**Tabla 117: Proyección mano de obra directa (Prod.)**

| AÑO  |          | N. PER | SUELDO    | SUELDO TOTAL | IESS PATRONAL 12,15% | XIII      | XIV       | F. RESERVA | VACACIONES | COSTO EMPRESARIAL MENSUAL TOTAL | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|----------|--------|-----------|--------------|----------------------|-----------|-----------|------------|------------|---------------------------------|----------------------------|
| 2013 | Tabla 69 | 5      | \$ 318,00 | \$ 1.590,00  | \$ 193,19            | \$ 132,50 | \$ 121,67 | \$ 0,00    | \$ 0,00    | \$ 2.037,35                     | \$ 24.448,22               |
| 2014 | Tabla 70 | 5      | \$ 332,72 | \$ 1.663,62  | \$ 202,13            | \$ 138,63 | \$ 121,67 | \$ 27,72   | \$ 13,86   | \$ 2.167,63                     | \$ 26.011,53               |
| 2015 | Tabla 71 | 5      | \$ 348,13 | \$ 1.740,64  | \$ 211,49            | \$ 145,05 | \$ 121,67 | \$ 29,00   | \$ 14,51   | \$ 2.262,36                     | \$ 27.148,26               |
| 2016 | Tabla 72 | 5      | \$ 364,25 | \$ 1.821,23  | \$ 221,28            | \$ 151,77 | \$ 121,67 | \$ 30,34   | \$ 15,18   | \$ 2.361,47                     | \$ 28.337,63               |
| 2017 | Tabla 73 | 5      | \$ 381,11 | \$ 1.905,56  | \$ 231,53            | \$ 158,80 | \$ 121,67 | \$ 31,75   | \$ 15,88   | \$ 2.465,17                     | \$ 29.582,06               |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 118: Detalle General: Proyección mano de obra directa (Prod.)**

| AÑO  | N. PER | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|--------|----------------------------|
| 2013 | 5      | \$ 24.448,22               |
| 2014 | 5      | \$ 26.011,53               |
| 2015 | 5      | \$ 27.148,26               |
| 2016 | 5      | \$ 28.337,63               |
| 2017 | 5      | \$ 29.582,06               |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **7.4.1.3 Costos indirectos de fabricación**

Los costos Indirectos de fabricación son los materiales, herramientas y suministros que también intervienen en la producción de camisetas tipo polo con publicidad POP de en forma indirecta, es decir, no forman la esencia del producto, tales como.

- Mano de Obra Indirecta
- Materia prima Indirecta
- Mantenimiento de maquinaria
- Depreciaciones de maquinaria
- Suministros de oficina, de planta y de limpieza para el área de producción

##### **a) Mano de obra indirecta**

En este proyecto la mano de obra indirecta en el área de producción corresponde al diseñador y al jefe de producción, quienes son los encargados tanto del diseño del producto o logo y la revisión de la calidad y terminados de la prenda.

**Tabla 119: Proyección mano de obra indirecta (Prod.)**

| AÑO  |          | N. PER | SUELDO    | SUELDO TOTAL | IESS PATRONAL 12,15% | XIII     | XIV      | F. RESERVA | VACACIONES | COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|----------|--------|-----------|--------------|----------------------|----------|----------|------------|------------|-----------------------------|----------------------------|
| 2013 | Tabla 69 | 2      | \$ 800,00 | \$ 800,00    | \$ 97,20             | \$ 66,67 | \$ 48,67 | \$ 0,00    | \$ 0,00    | \$ 1.012,53                 | \$ 12.150,40               |
| 2014 | Tabla 70 | 2      | \$ 837,04 | \$ 837,04    | \$ 101,70            | \$ 69,75 | \$ 48,67 | \$ 69,73   | \$ 34,88   | \$ 1.161,76                 | \$ 13.941,15               |
| 2015 | Tabla 71 | 2      | \$ 875,79 | \$ 875,79    | \$ 106,41            | \$ 72,98 | \$ 48,67 | \$ 72,95   | \$ 36,49   | \$ 1.213,30                 | \$ 14.559,59               |
| 2016 | Tabla 72 | 2      | \$ 916,34 | \$ 916,34    | \$ 111,34            | \$ 76,36 | \$ 48,67 | \$ 76,33   | \$ 38,18   | \$ 1.267,22                 | \$ 15.206,66               |
| 2017 | Tabla 73 | 2      | \$ 958,77 | \$ 958,77    | \$ 116,49            | \$ 79,90 | \$ 48,67 | \$ 79,87   | \$ 39,95   | \$ 1.323,64                 | \$ 15.883,68               |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 120: Detalle General proyección mano de obra indirecta (Prod.)**

| AÑO  | N. PER | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|--------|----------------------------|
| 2013 | 2      | \$ 12.150,40               |
| 2014 | 2      | \$ 13.941,15               |
| 2015 | 2      | \$ 14.559,59               |
| 2016 | 2      | \$ 15.206,66               |
| 2017 | 2      | \$ 15.883,68               |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## b) Materia prima indirecta

En este rubro se considera como materia prima indirecta a papel de sublimación, fundas plásticas y etiquetas que se le colocaran al producto.

**Tabla 121: Proyección materia prima indirecta- camisetas bordadas (Prod.)**

| AÑO                       | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE                   | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|                           | Tabla 65         | Tabla 67         | Tabla 67         | Tabla 67         | Tabla 67         |
| Fundas plásticas (unidad) | \$ 247,37        | \$ 255,51        | \$ 263,65        | \$ 271,79        | \$ 279,94        |
| Etiquetas. (unidad)       | \$ 86,58         | \$ 89,43         | \$ 92,28         | \$ 95,13         | \$ 97,98         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>\$ 333,95</b> | <b>\$ 344,94</b> | <b>\$ 355,93</b> | <b>\$ 366,92</b> | <b>\$ 377,91</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 122: Proyección materia prima indirecta- camisetas estampadas (Prod.)**

| AÑO                       | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE                   | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|                           | Tabla 66         | Tabla 68         | Tabla 68         | Tabla 68         | Tabla 68         |
| Papel de sublimación (m)  | \$ 9,89          | \$ 10,22         | \$ 10,55         | \$ 10,87         | \$ 11,20         |
| Fundas plásticas (unidad) | \$ 82,46         | \$ 85,17         | \$ 87,88         | \$ 90,60         | \$ 93,31         |
| Etiquetas. (unidad)       | \$ 28,86         | \$ 29,81         | \$ 30,76         | \$ 31,71         | \$ 32,66         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>\$ 121,21</b> | <b>\$ 125,20</b> | <b>\$ 129,19</b> | <b>\$ 133,18</b> | <b>\$ 137,17</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## c) Suministros de planta

Corresponde a aquellas herramientas y materiales de trabajo que se utilizan dentro del área de producción, tales como tijeras de sastre, tizas, cintas métricas, etc.

**Tabla 123: Proyección- suministros de planta (Prod.)**

| <b>AÑO</b>                     | <b>2013</b>             | <b>2014</b>             | <b>2015</b>             | <b>2016</b>             | <b>2017</b>             |
|--------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>DETALLE</b>                 | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> |
|                                | Tabla 74                |                         |                         |                         |                         |
| Tijeras grandes / tipo sastre  | \$ 22,50                | \$ 23,54                | \$ 24,63                | \$ 25,77                | \$ 26,97                |
| Tijeras medianas / tipo sastre | \$ 20,00                | \$ 20,93                | \$ 21,89                | \$ 22,91                | \$ 23,97                |
| Tijeras pequeñas / tipo sastre | \$ 17,50                | \$ 18,31                | \$ 19,16                | \$ 20,05                | \$ 20,97                |
| Estiletes.                     | \$ 6,00                 | \$ 6,28                 | \$ 6,57                 | \$ 6,87                 | \$ 7,19                 |
| Tizas                          | \$ 1,20                 | \$ 1,26                 | \$ 1,31                 | \$ 1,37                 | \$ 1,44                 |
| Paño de aguja                  | \$ 18,00                | \$ 18,83                | \$ 19,71                | \$ 20,62                | \$ 21,57                |
| Pinzas                         | \$ 12,00                | \$ 12,56                | \$ 13,14                | \$ 13,75                | \$ 14,38                |
| Caja de alfiler                | \$ 3,60                 | \$ 3,77                 | \$ 3,94                 | \$ 4,12                 | \$ 4,31                 |
| Juego de desarmadores          | \$ 27,00                | \$ 28,25                | \$ 29,56                | \$ 30,93                | \$ 32,36                |
| Mandiles de trabajo            | \$ 84,00                | \$ 87,89                | \$ 91,96                | \$ 96,22                | \$ 100,67               |
| Mascarillas                    | \$ 6,00                 | \$ 6,28                 | \$ 6,57                 | \$ 6,87                 | \$ 7,19                 |
| Gorras                         | \$ 12,00                | \$ 12,56                | \$ 13,14                | \$ 13,75                | \$ 14,38                |
| Botiquín de primeros auxilios  | \$ 15,00                | \$ 15,69                | \$ 16,42                | \$ 17,18                | \$ 17,98                |
| Extintor de incendios          | \$ 60,00                | \$ 62,78                | \$ 65,68                | \$ 68,73                | \$ 71,91                |
| Cintas métricas                | \$ 3,00                 | \$ 3,14                 | \$ 3,28                 | \$ 3,44                 | \$ 3,60                 |
| Reglas de medición             | \$ 12,00                | \$ 12,56                | \$ 13,14                | \$ 13,75                | \$ 14,38                |
| Escuadra de patronaje          | \$ 15,00                | \$ 15,69                | \$ 16,42                | \$ 17,18                | \$ 17,98                |
| Corta hilachas                 | \$ 2,40                 | \$ 2,51                 | \$ 2,63                 | \$ 2,75                 | \$ 2,88                 |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>\$ 337,20</b>        | <b>\$ 352,81</b>        | <b>\$ 369,15</b>        | <b>\$ 386,24</b>        | <b>\$ 404,12</b>        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **d) Suministros de oficina**

Los suministros de oficina que se puedan requerir en producción, se asigna en menor cantidad, porque su uso es casi nulo.

**Tabla 124: Proyección- suministros de oficina (Prod.)**

| AÑO                 | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE             | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|                     | Tabla 75         |                  |                  |                  |                  |
| Lápiz               | \$ 0,40          | \$ 0,42          | \$ 0,44          | \$ 0,46          | \$ 0,48          |
| Esferos             | \$ 0,50          | \$ 0,52          | \$ 0,55          | \$ 0,57          | \$ 0,60          |
| Borradores.         | \$ 0,20          | \$ 0,21          | \$ 0,22          | \$ 0,23          | \$ 0,24          |
| Carpeta archivadora | \$ 2,00          | \$ 2,09          | \$ 2,19          | \$ 2,29          | \$ 2,40          |
| Grapadora           | \$ 1,25          | \$ 1,31          | \$ 1,37          | \$ 1,43          | \$ 1,50          |
| <b>TOTAL</b>        | <b>\$ 4,35</b>   | <b>\$ 4,55</b>   | <b>\$ 4,76</b>   | <b>\$ 4,98</b>   | <b>\$ 5,21</b>   |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **e) Suministros de limpieza**

Materiales o ítems que se puedan requerir dentro del área de producción para mantener su área de trabajo en condiciones adecuadas y sanitarias.

**Tabla 125: Proyección- suministros de limpieza (Prod.)**

| AÑO                   | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE               | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|                       | Tabla 76         |                  |                  |                  |                  |
| Tachos de basura      | \$ 4,50          | \$ 4,71          | \$ 4,93          | \$ 5,15          | \$ 5,39          |
| Pala de basura        | \$ 1,20          | \$ 1,26          | \$ 1,31          | \$ 1,37          | \$ 1,44          |
| Foco ahorrador        | \$ 2,50          | \$ 2,62          | \$ 2,74          | \$ 2,86          | \$ 3,00          |
| Escobas               | \$ 1,25          | \$ 1,31          | \$ 1,37          | \$ 1,43          | \$ 1,50          |
| Trapeadores           | \$ 1,50          | \$ 1,57          | \$ 1,64          | \$ 1,72          | \$ 1,80          |
| Dispensadores de pape | \$ 18,00         | \$ 18,83         | \$ 19,71         | \$ 20,62         | \$ 21,57         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>\$ 28,95</b>  | <b>\$ 30,29</b>  | <b>\$ 31,69</b>  | <b>\$ 33,16</b>  | <b>\$ 34,70</b>  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### f) Mantenimiento de maquinaria

Corresponde al mantenimiento que se pueda originar dentro del área de producción, específicamente a las máquinas, que son el principal recurso de trabajo, motivo por el cual se asigna un 3,5 % del total del activo para este rubro.

**Tabla 126: Proyección- mantenimiento (Prod.)**

| 3,5 % MANTENIMIENTO     |                  |                  |                  |                  |                  |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| AÑOS                    | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|                         | Tabla 90         |                  |                  |                  |                  |
| Maquinaria              | \$ 629,71        | \$ 629,71        | \$ 629,71        | \$ 629,71        | \$ 629,71        |
| <b>MANTENIMIENTO \$</b> | <b>\$ 629,71</b> | <b>\$ 629,71</b> | <b>\$ 629,71</b> | <b>\$ 629,71</b> | <b>\$ 629,71</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### g) Combustible

Porcentaje que se fija de acuerdo al uso y destino que se le dio al vehículo, para esta área se fija un porcentaje del 40%, del total del consumo.

**Tabla 127: Proyección- combustible (Prod.)**

| AÑO                      | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE                  | VALOR            | VALOR            | VALOR            | VALOR            | VALOR            |
|                          | Tabla 82         | ANUAL (\$)       | ANUAL (\$)       | ANUAL (\$)       | ANUAL (\$)       |
| Combustible de Furgoneta | \$ 316,80        | \$ 331,47        | \$ 346,81        | \$ 362,87        | \$ 379,67        |
| <b>TOTAL</b>             | <b>\$ 316,80</b> | <b>\$ 331,47</b> | <b>\$ 346,81</b> | <b>\$ 362,87</b> | <b>\$ 379,67</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### h) Depreciación de maquinaria

Aquí se cargara el desgaste de la maquinaria, que se origine sea por el paso del tiempo, uso u obsolescencia de la misma, lo que implica un costo, el método de depreciación que se aplica es el Método de Línea recta.

La maquinaria y equipos se deprecia a 10 años y al 10%.

**Tabla 128: Depreciación maquinaria (Prod.)**

| DETALLE      |           | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3              | AÑO 4              |
|--------------|-----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Maquinaria   | Tabla 112 | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        | \$ 1.799,18        |
| <b>TOTAL</b> |           | <b>\$ 1.799,18</b> | <b>\$ 1.799,18</b> | <b>\$ 1.799,18</b> | <b>\$ 1.799,18</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.4.2 Gastos administrativos

A esta área le corresponde los gastos que se originen o pertenezcan al proceso administrativo de la empresa, tales como: sueldos del personal, servicios públicos, suministros, mantenimiento, combustible y seguros.

**Tabla 129: Total gastos administrativos (\$)**

| AÑOS                    |           | 2013                | 2014                | 2015                | 2016                | 2017                |
|-------------------------|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| DETALLE                 |           | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    |
| Servicios Básicos       | Tabla 132 | \$ 2.144,22         | \$ 2.243,49         | \$ 2.347,37         | \$ 2.456,05         | \$ 2.569,77         |
| Suministros de Limpieza | Tabla 134 | \$ 199,35           | \$ 208,58           | \$ 218,24           | \$ 228,34           | \$ 238,91           |
| Suministros de Oficina  | Tabla 133 | \$ 121,31           | \$ 126,93           | \$ 132,80           | \$ 138,95           | \$ 145,39           |
| Sueldos Personal        | Tabla 131 | \$ 31.619,39        | \$ 36.288,77        | \$ 37.901,34        | \$ 39.588,57        | \$ 41.353,93        |
| Arriendo Local          | Tabla 137 | \$ 4.800,00         | \$ 5.022,24         | \$ 5.254,77         | \$ 5.498,07         | \$ 5.752,63         |
| Combustible             | Tabla 138 | \$ 158,40           | \$ 165,73           | \$ 173,41           | \$ 181,44           | \$ 189,84           |
| Mantenimiento           | Tabla 135 | \$ 358,94           | \$ 358,94           | \$ 358,94           | \$ 358,94           | \$ 358,94           |
| Seguros                 | Tabla 136 | \$ 1.329,73         | \$ 1.329,73         | \$ 1.329,73         | \$ 1.329,73         | \$ 1.329,73         |
| Depreciación            | Tabla 139 | \$ 3.677,73         | \$ 3.677,73         | \$ 3.677,73         | \$ 2.356,20         | \$ 2.356,20         |
| <b>TOTAL</b>            |           | <b>\$ 44.409,07</b> | <b>\$ 49.422,15</b> | <b>\$ 51.394,33</b> | <b>\$ 52.136,29</b> | <b>\$ 54.295,33</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**a) Sueldos personal administrativo**

Se determina el pago de los sueldos al gerente, presidente, contador, recepcionista y chofer, su cálculo es mensual y también tiene derecho a todas las prestaciones y beneficios que exige la ley, a partir del segundo año accede al cálculo de vacaciones y fondos de reserva.

**Tabla 130: Proyección sueldos personal administrativo (\$)**

| AÑO  |          | N. PER | SUELDO      | SUELDO TOTAL | IESS PATRONAL 12,15% | XIII      | XIV       | F. RESERVA | VACACIONES | COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|----------|--------|-------------|--------------|----------------------|-----------|-----------|------------|------------|-----------------------------|----------------------------|
| 2013 | Tabla 69 | 5      | \$ 2.086,00 | \$ 2.086,00  | \$ 253,45            | \$ 173,83 | \$ 121,67 | \$ 0,00    | \$ 0,00    | \$ 2.634,95                 | \$ 31.619,39               |
| 2014 | Tabla 70 | 5      | \$ 2.182,58 | \$ 2.182,58  | \$ 265,18            | \$ 181,88 | \$ 121,67 | \$ 181,81  | \$ 90,94   | \$ 3.024,06                 | \$ 36.288,77               |
| 2015 | Tabla 71 | 5      | \$ 2.283,64 | \$ 2.283,64  | \$ 277,46            | \$ 190,30 | \$ 121,67 | \$ 190,23  | \$ 95,15   | \$ 3.158,44                 | \$ 37.901,34               |
| 2016 | Tabla 72 | 5      | \$ 2.389,37 | \$ 2.389,37  | \$ 290,31            | \$ 199,11 | \$ 121,67 | \$ 199,03  | \$ 99,56   | \$ 3.299,05                 | \$ 39.588,57               |
| 2017 | Tabla 73 | 5      | \$ 2.500,00 | \$ 2.500,00  | \$ 303,75            | \$ 208,33 | \$ 121,67 | \$ 208,25  | \$ 104,17  | \$ 3.446,16                 | \$ 41.353,93               |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 131: Detalle general- proyección sueldos administrativos (\$)**

| AÑO  | N. PER | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|--------|----------------------------|
| 2013 | 5      | \$ 31.619,39               |
| 2014 | 5      | \$ 36.288,77               |
| 2015 | 5      | \$ 37.901,34               |
| 2016 | 5      | \$ 39.588,57               |
| 2017 | 5      | \$ 41.353,93               |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## b) Servicios públicos

Al gasto administrativo se le asignan los valores correspondientes a: energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico y servicio de internet, valores calculados en base a un consumo promedio para este tipo de empresas.

**Tabla 132: Proyección- servicios públicos (Adm.)**

| AÑO          |          | 2013               | 2014               | 2015               | 2016               | 2017               |
|--------------|----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE      |          | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   |
| Agua         | Tabla 83 | \$ 122,40          | \$ 128,07          | \$ 134,00          | \$ 140,20          | \$ 146,69          |
| Luz          | Tabla 84 | \$ 797,82          | \$ 834,76          | \$ 873,41          | \$ 913,84          | \$ 956,16          |
| Teléfono     | Tabla 86 | \$ 487,20          | \$ 509,76          | \$ 533,36          | \$ 558,05          | \$ 583,89          |
| Internet     | Tabla 85 | \$ 736,80          | \$ 770,91          | \$ 806,61          | \$ 843,95          | \$ 883,03          |
| <b>Total</b> |          | <b>\$ 2.144,22</b> | <b>\$ 2.243,49</b> | <b>\$ 2.347,37</b> | <b>\$ 2.456,05</b> | <b>\$ 2.569,77</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## c) Suministros de oficina

Se prevé suministros de oficina de acuerdo a los requerimientos y necesidades del área, el fin es brindar facilidades y comodidades para la realización de actividades.

**Tabla 133: Proyección- suministros de oficina (Adm.)**

| <b>AÑO</b>          | <b>2013</b>             | <b>2014</b>             | <b>2015</b>             | <b>2016</b>             | <b>2017</b>             |
|---------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>DETALLE</b>      | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> | <b>VALOR ANUAL (\$)</b> |
|                     | Tabla 75                |                         |                         |                         |                         |
| Lápiz               | \$ 1,00                 | \$ 1,05                 | \$ 1,09                 | \$ 1,15                 | \$ 1,20                 |
| Esferos             | \$ 1,25                 | \$ 1,31                 | \$ 1,37                 | \$ 1,43                 | \$ 1,50                 |
| Resma papel bond    | \$ 50,00                | \$ 52,32                | \$ 54,74                | \$ 57,27                | \$ 59,92                |
| Borradores.         | \$ 0,50                 | \$ 0,52                 | \$ 0,55                 | \$ 0,57                 | \$ 0,60                 |
| Estiletes.          | \$ 0,50                 | \$ 0,52                 | \$ 0,55                 | \$ 0,57                 | \$ 0,60                 |
| Grapas.             | \$ 2,25                 | \$ 2,35                 | \$ 2,46                 | \$ 2,58                 | \$ 2,70                 |
| Clip pequeños       | \$ 1,35                 | \$ 1,41                 | \$ 1,48                 | \$ 1,55                 | \$ 1,62                 |
| Clip mariposa       | \$ 3,00                 | \$ 3,14                 | \$ 3,28                 | \$ 3,44                 | \$ 3,60                 |
| Goma                | \$ 1,00                 | \$ 1,05                 | \$ 1,09                 | \$ 1,15                 | \$ 1,20                 |
| Carpeta archivadora | \$ 13,00                | \$ 13,60                | \$ 14,23                | \$ 14,89                | \$ 15,58                |
| Cartuchos B/N       | \$ 10,00                | \$ 10,46                | \$ 10,95                | \$ 11,45                | \$ 11,98                |
| Ligas               | \$ 0,60                 | \$ 0,63                 | \$ 0,66                 | \$ 0,69                 | \$ 0,72                 |
| Cinta embalaje      | \$ 1,05                 | \$ 1,10                 | \$ 1,15                 | \$ 1,20                 | \$ 1,26                 |
| Resaltadores        | \$ 3,00                 | \$ 3,14                 | \$ 3,28                 | \$ 3,44                 | \$ 3,60                 |
| Reglas              | \$ 0,50                 | \$ 0,52                 | \$ 0,55                 | \$ 0,57                 | \$ 0,60                 |
| Cera                | \$ 2,00                 | \$ 2,09                 | \$ 2,19                 | \$ 2,29                 | \$ 2,40                 |
| Folders de cartón   | \$ 0,60                 | \$ 0,63                 | \$ 0,66                 | \$ 0,69                 | \$ 0,72                 |
| Grapadora           | \$ 3,75                 | \$ 3,92                 | \$ 4,11                 | \$ 4,30                 | \$ 4,49                 |
| Perforadora.        | \$ 2,00                 | \$ 2,09                 | \$ 2,19                 | \$ 2,29                 | \$ 2,40                 |
| Saca Grapas         | \$ 1,00                 | \$ 1,05                 | \$ 1,09                 | \$ 1,15                 | \$ 1,20                 |
| Sellos              | \$ 8,00                 | \$ 8,37                 | \$ 8,76                 | \$ 9,16                 | \$ 9,59                 |
| Separadores         | \$ 1,20                 | \$ 1,26                 | \$ 1,31                 | \$ 1,37                 | \$ 1,44                 |
| Almohadilla         | \$ 3,00                 | \$ 3,14                 | \$ 3,28                 | \$ 3,44                 | \$ 3,60                 |
| Libreta de facturas | \$ 0,00                 | \$ 0,00                 | \$ 0,00                 | \$ 0,00                 | \$ 0,00                 |
| CD * 100            | \$ 4,56                 | \$ 4,77                 | \$ 4,99                 | \$ 5,22                 | \$ 5,46                 |
| Cinta scotch        | \$ 3,00                 | \$ 3,14                 | \$ 3,28                 | \$ 3,44                 | \$ 3,60                 |
| Sobre manila        | \$ 1,20                 | \$ 1,26                 | \$ 1,31                 | \$ 1,37                 | \$ 1,44                 |
| Marcador para CD    | \$ 2,00                 | \$ 2,09                 | \$ 2,19                 | \$ 2,29                 | \$ 2,40                 |
| <b>TOTAL</b>        | <b>\$ 121,31</b>        | <b>\$ 126,93</b>        | <b>\$ 132,80</b>        | <b>\$ 138,95</b>        | <b>\$ 145,39</b>        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### d) Suministros de limpieza

Artículos destinados para el uso en esta área, con el fin de brindar higiene y un ambiente bien cuidado.

**Tabla 134: Proyección- suministros de limpieza (Adm.)**

| AÑO                    | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE                | VALOR            | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|                        | Tabla 76         |                  |                  |                  |                  |
| Tachos de basura       | \$ 4,50          | \$ 4,71          | \$ 4,93          | \$ 5,15          | \$ 5,39          |
| Pala de basura         | \$ 1,20          | \$ 1,26          | \$ 1,31          | \$ 1,37          | \$ 1,44          |
| Toallas de Papel       | \$ 61,80         | \$ 64,66         | \$ 67,66         | \$ 70,79         | \$ 74,07         |
| Desinfectante          | \$ 43,50         | \$ 45,51         | \$ 47,62         | \$ 49,83         | \$ 52,13         |
| Jabón líquido          | \$ 27,00         | \$ 28,25         | \$ 29,56         | \$ 30,93         | \$ 32,36         |
| Jabón pasta            | \$ 6,00          | \$ 6,28          | \$ 6,57          | \$ 6,87          | \$ 7,19          |
| Foco ahorrador         | \$ 3,00          | \$ 3,14          | \$ 3,28          | \$ 3,44          | \$ 3,60          |
| Fundas de basura       | \$ 5,20          | \$ 5,44          | \$ 5,69          | \$ 5,96          | \$ 6,23          |
| Escobas                | \$ 1,25          | \$ 1,31          | \$ 1,37          | \$ 1,43          | \$ 1,50          |
| Trapeadores            | \$ 1,50          | \$ 1,57          | \$ 1,64          | \$ 1,72          | \$ 1,80          |
| Dispensadores de papel | \$ 36,00         | \$ 37,67         | \$ 39,41         | \$ 41,24         | \$ 43,14         |
| Papel higiénico        | \$ 8,40          | \$ 8,79          | \$ 9,20          | \$ 9,62          | \$ 10,07         |
| <b>Total</b>           | <b>\$ 199,35</b> | <b>\$ 208,58</b> | <b>\$ 218,24</b> | <b>\$ 228,34</b> | <b>\$ 238,91</b> |

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### e) Mantenimiento

A este rubro corresponde el mantenimiento por el Equipo de oficina, equipo de computación, vehículo y muebles y enseres.

**Tabla 135: Proyección- mantenimiento (Adm.)**

| AÑOS                    | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                         | Tabla 89         |                  |                  |                  |                  |
| Muebles y Enseres       | \$ 69,08         | \$ 69,08         | \$ 69,08         | \$ 69,08         | \$ 69,08         |
| Equipo de Computación   | \$ 79,30         | \$ 79,30         | \$ 79,30         | \$ 79,30         | \$ 79,30         |
| Equipo de Oficina       | \$ 18,96         | \$ 18,96         | \$ 18,96         | \$ 18,96         | \$ 18,96         |
| Vehículo                | \$ 191,60        | \$ 191,60        | \$ 191,60        | \$ 191,60        | \$ 191,60        |
| <b>MANTENIMIENTO \$</b> | <b>\$ 358,94</b> | <b>\$ 358,94</b> | <b>\$ 358,94</b> | <b>\$ 358,94</b> | <b>\$ 358,94</b> |

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Lorena Bautista, Jessica Jaya

### f) Seguro

Se ha decidido asegurar los activos fijos, es decir, la maquinaria, equipo de oficina, equipo de computación, vehículo, muebles y enseres, la empresa aseguradora es seguros Bolívar, que está ubicada en el cantón Latacunga y la prima de seguro es del 3,7% anual del valor de la compra del activo, tal como se calcula a continuación:

**Tabla 136: Proyección- seguros (Adm.)**

| 3,7 % SEGUROS             |                    |                    |                    |                    |                    |
|---------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| AÑOS                      | 2013               | 2014               | 2015               | 2016               | 2017               |
|                           | Tabla 91           |                    |                    |                    |                    |
| Muebles y Enseres         | \$ 127,80          | \$ 127,80          | \$ 127,80          | \$ 127,80          | \$ 127,80          |
| Equipo de Computación     | \$ 146,71          | \$ 146,71          | \$ 146,71          | \$ 146,71          | \$ 146,71          |
| Equipo de Oficina         | \$ 35,08           | \$ 35,08           | \$ 35,08           | \$ 35,08           | \$ 35,08           |
| Maquinaria                | \$ 665,70          | \$ 665,70          | \$ 665,70          | \$ 665,70          | \$ 665,70          |
| Vehículo                  | \$ 354,46          | \$ 354,46          | \$ 354,46          | \$ 354,46          | \$ 354,46          |
| <b>SEGUROS A PAGAR \$</b> | <b>\$ 1.329,73</b> | <b>\$ 1.329,73</b> | <b>\$ 1.329,73</b> | <b>\$ 1.329,73</b> | <b>\$ 1.329,73</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### g) Arriendo del local

Las instalaciones que ocuparemos para empezar las actividades de producción y comercialización de camisetas tipo polo en el Cantón Latacunga, son arrendadas por lo cual el valor del arriendo se verifica a continuación:

**Tabla 137: Proyección- arriendo del local (Adm.)**

| AÑO          | 2013               | 2014               | 2015               | 2016               | 2017               |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE      | VALOR (\$)         | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   |
|              | Tabla 88           |                    |                    |                    |                    |
| Arriendo     | \$ 4.800,00        | \$ 5.022,24        | \$ 5.254,77        | \$ 5.498,07        | \$ 5.752,63        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 4.800,00</b> | <b>\$ 5.022,24</b> | <b>\$ 5.254,77</b> | <b>\$ 5.498,07</b> | <b>\$ 5.752,63</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## h) Combustible

El porcentaje de este rubro que se asigna para el área administrativas es del 20%, y su cálculo se detalla a continuación.

**Tabla 138: Proyección- combustible (Adm.)**

| AÑO         | 2013       | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|-------------|------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE     | VALOR (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|             | Tabla 82   |                  |                  |                  |                  |
| Combustible | \$ 158,40  | \$ 165,73        | \$ 173,41        | \$ 181,44        | \$ 189,84        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## i) Depreciaciones

Se carga al gasto administrativo las depreciaciones por concepto de: muebles y enseres, equipo de computación, equipo de oficina y del vehículo.

**Tabla 139: Depreciaciones (Adm.)**

| DETALLE               | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3              | AÑO 4              | AÑO 5              |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                       | Tabla 112          | Tabla 112          | Tabla 112          | Tabla 112          | Tabla 112          |
| Muebles y Enseres     | \$ 345,40          | \$ 345,40          | \$ 345,40          | \$ 345,40          | \$ 345,40          |
| Equipo de Computación | \$ 1.321,53        | \$ 1.321,53        | \$ 1.321,53        | \$ 0,00            | \$ 0,00            |
| Equipo de Oficina     | \$ 94,80           | \$ 94,80           | \$ 94,80           | \$ 94,80           | \$ 94,80           |
| Vehículo              | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        | \$ 1.916,00        |
| <b>TOTAL</b>          | <b>\$ 3.677,73</b> | <b>\$ 3.677,73</b> | <b>\$ 3.677,73</b> | <b>\$ 2.356,20</b> | <b>\$ 2.356,20</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.4.3 Gastos de ventas

A este rubro corresponde el sueldo del personal de ventas, gastos de publicidad en determinados medios, los suministros para esta área, y el combustible.

**Tabla 140: Total gastos de ventas (\$)**

| AÑOS                    |           | 2013               | 2014               | 2015               | 2016                | 2017                |
|-------------------------|-----------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| DETALLE                 |           | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)    | VALOR ANUAL (\$)    |
| Publicidad              | Tabla 143 | \$ 1.320,00        | \$ 1.328,33        | \$ 1.337,05        | \$ 1.346,18         | \$ 1.355,72         |
| Suministros de limpieza | Tabla 145 | \$ 2,50            | \$ 2,62            | \$ 2,74            | \$ 2,86             | \$ 3,00             |
| Suministros de oficina  | Tabla 144 | \$ 131,45          | \$ 137,54          | \$ 143,90          | \$ 150,57           | \$ 157,54           |
| Sueldos personal        | Tabla 142 | \$ 6.798,10        | \$ 7.805,40        | \$ 8.153,27        | \$ 8.517,24         | \$ 8.898,07         |
| Combustible             | Tabla 146 | \$ 316,80          | \$ 331,47          | \$ 346,81          | \$ 362,87           | \$ 379,67           |
| <b>TOTAL</b>            |           | <b>\$ 8.568,85</b> | <b>\$ 9.605,35</b> | <b>\$ 9.983,78</b> | <b>\$ 10.379,72</b> | <b>\$ 10.794,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### **a) Sueldo personal de ventas**

Tanto por el tamaño como por las condiciones de conformarnos como una empresa nueva en el mercado se determina la contratación de 1 sola persona para el área comercial, con el cargo de jefe de ventas, le corresponde los beneficios que determina la ley, su sueldo es fijo y no percibe comisiones,

**Tabla 141: Proyección sueldos personal de ventas (\$)**

| AÑO  |          | N. PER | SUELDO    | SUELDO TOTAL | IESS PATRONAL 12,15% | XIII     | XIV      | F. RESERVA | VACACIONES | COSTO EMPRESARIAL MENSUAL TOTAL | COSTO EMPRESARIAL MENSUAL POR EMPLEADO | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|----------|--------|-----------|--------------|----------------------|----------|----------|------------|------------|---------------------------------|----------------------------------------|----------------------------|
| 2013 | Tabla 69 | 1      | \$ 450,00 | \$ 450,00    | \$ 54,68             | \$ 37,50 | \$ 24,33 | \$ 0,00    | \$ 0,00    | \$ 566,51                       | \$ 566,51                              | \$ 6.798,10                |
| 2014 | Tabla 70 | 1      | \$ 470,84 | \$ 470,84    | \$ 57,21             | \$ 39,24 | \$ 24,33 | \$ 39,22   | \$ 19,62   | \$ 650,45                       | \$ 650,45                              | \$ 7.805,40                |
| 2015 | Tabla 71 | 1      | \$ 492,63 | \$ 492,63    | \$ 59,86             | \$ 41,05 | \$ 24,33 | \$ 41,04   | \$ 20,53   | \$ 679,44                       | \$ 679,44                              | \$ 8.153,27                |
| 2016 | Tabla 72 | 1      | \$ 515,44 | \$ 515,44    | \$ 62,63             | \$ 42,95 | \$ 24,33 | \$ 42,94   | \$ 21,48   | \$ 709,77                       | \$ 709,77                              | \$ 8.517,24                |
| 2017 | Tabla 73 | 1      | \$ 539,31 | \$ 539,31    | \$ 65,53             | \$ 44,94 | \$ 24,33 | \$ 44,92   | \$ 22,47   | \$ 741,51                       | \$ 741,51                              | \$ 8.898,07                |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 142: Detalle general- proyección sueldos de ventas (\$)**

| AÑO  | N. PER | COSTO TOTAL ANUAL/ EMPRESA |
|------|--------|----------------------------|
| 2013 | 1      | \$ 6.798,10                |
| 2014 | 1      | \$ 7.805,40                |
| 2015 | 1      | \$ 8.153,27                |
| 2016 | 1      | \$ 8.517,24                |
| 2017 | 1      | \$ 8.898,07                |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## b) Publicidad

Corresponde a este rubro gastos por publicidad y propaganda en los diferentes medios, los gastos se determina de forma anual, tal como se detalla a continuación:

**Tabla 143: Proyección- publicidad (Vtas.)**

| AÑO                             | 2013               | 2014               | 2015               | 2016               | 2017               |
|---------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE                         | VALOR (\$)         | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   | VALOR ANUAL (\$)   |
|                                 | Tabla 87           |                    |                    |                    |                    |
| Página web                      | \$ 1.140,00        | \$ 1.140,00        | \$ 1.140,00        | \$ 1.140,00        | \$ 1.140,00        |
| Gifts away                      | \$ 36,00           | \$ 37,67           | \$ 39,41           | \$ 41,24           | \$ 43,14           |
| Hojas volantes                  | \$ 84,00           | \$ 87,89           | \$ 91,96           | \$ 96,22           | \$ 100,67          |
| Publicación en el diario Gaceta | \$ 60,00           | \$ 62,78           | \$ 65,68           | \$ 68,73           | \$ 71,91           |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>\$ 1.320,00</b> | <b>\$ 1.328,33</b> | <b>\$ 1.337,05</b> | <b>\$ 1.346,18</b> | <b>\$ 1.355,72</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## c) Suministros de oficina

Suministros que servirán las diferentes actividades dentro de esta área.

**Tabla 144: Proyección- suministros de oficina (Vtas.)**

| AÑO                 | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE             | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|                     | Tabla 75         |                  |                  |                  |                  |
| Lápiz               | \$ 0,40          | \$ 0,42          | \$ 0,44          | \$ 0,46          | \$ 0,48          |
| Esferos             | \$ 0,50          | \$ 0,52          | \$ 0,55          | \$ 0,57          | \$ 0,60          |
| Borradores.         | \$ 0,20          | \$ 0,21          | \$ 0,22          | \$ 0,23          | \$ 0,24          |
| Goma                | \$ 0,50          | \$ 0,52          | \$ 0,55          | \$ 0,57          | \$ 0,60          |
| Carpeta archivadora | \$ 6,00          | \$ 6,28          | \$ 6,57          | \$ 6,87          | \$ 7,19          |
| Grapadora           | \$ 1,25          | \$ 1,31          | \$ 1,37          | \$ 1,43          | \$ 1,50          |
| Sellos              | \$ 2,00          | \$ 2,09          | \$ 2,19          | \$ 2,29          | \$ 2,40          |
| Separadores         | \$ 0,60          | \$ 0,63          | \$ 0,66          | \$ 0,69          | \$ 0,72          |
| Libreta de facturas | \$ 120,00        | \$ 125,56        | \$ 131,37        | \$ 137,45        | \$ 143,82        |
| <b>TOTAL</b>        | <b>\$ 131,45</b> | <b>\$ 137,54</b> | <b>\$ 143,90</b> | <b>\$ 150,57</b> | <b>\$ 157,54</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### d) Suministros de limpieza

Ayudan al orden y mantención del ambiente de trabajo.

**Tabla 145: Proyección- suministros de limpieza (Vtas.)**

| AÑO              | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE          | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|                  | Tabla 76         |                  |                  |                  |                  |
| Pala de basura   | \$ 1,50          | \$ 1,57          | \$ 1,64          | \$ 1,72          | \$ 1,80          |
| Fundas de basura | \$ 1,00          | \$ 1,05          | \$ 1,09          | \$ 1,15          | \$ 1,20          |
| <b>TOTAL</b>     | <b>\$ 2,50</b>   | <b>\$ 2,62</b>   | <b>\$ 2,74</b>   | <b>\$ 2,86</b>   | <b>\$ 3,00</b>   |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

#### e) Combustible

El porcentaje que se asigna a esta área es del 40%, tal como se calcula a continuación.

**Tabla 146: Proyección- combustible (Vtas.)**

| AÑO          | 2013             | 2014             | 2015             | 2016             | 2017             |
|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE      | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) | VALOR ANUAL (\$) |
|              | Tabla 82         |                  |                  |                  |                  |
| Combustible  | \$ 316,80        | \$ 331,47        | \$ 346,81        | \$ 362,87        | \$ 379,67        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 316,80</b> | <b>\$ 331,47</b> | <b>\$ 346,81</b> | <b>\$ 362,87</b> | <b>\$ 379,67</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.5 Análisis de costos y gastos

Es importante determinar los costos y Gastos que intervienen directa e indirectamente en la elaboración de camisetas tipo polo con Publicidad POP para instituciones educativas y empresariales, este análisis permite con mayor exactitud determinar lo que cuesta producir algo, y la fijación de precios competitivos en el mercado local.

### 7.5.1 Costos totales

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables calculados anteriormente, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

**Tabla 147: Costos totales**

| DETALLE |                | 2013          | 2014          | 2015          | 2016          |
|---------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| TOTAL   | Tabla 148, 149 | \$ 165.196,17 | \$ 176.691,74 | \$ 182.890,93 | \$ 178.042,23 |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.5.2 Determinación de costos fijos

Son costos que se ocasionan sea que exista producción o no y por lo tanto no están en relación con el volumen de producción, continúan inalterables durante un rango de tiempo o nivel de producción, estos valores se requieren egresar así no existan ventas de ningún tipo de producto producido.

**Tabla 148: Costos fijos**

| DETALLE                          |              | 2013                 | 2014                 | 2015                 | 2016                 | 2017                 |
|----------------------------------|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Talento Humano                   | Tabla 69: 73 | \$ 75.016,11         | \$ 84.046,84         | \$ 87.762,45         | \$ 91.650,10         | \$ 95.717,75         |
| Publicidad y Promoción           | Tabla 87     | \$ 1.320,00          | \$ 1.328,33          | \$ 1.337,05          | \$ 1.346,18          | \$ 1.355,72          |
| Arriendo                         | Tabla 88     | \$ 4.800,00          | \$ 5.022,24          | \$ 5.254,77          | \$ 5.498,07          | \$ 5.752,63          |
| Servicios Básicos                | Tabla 83: 86 | \$ 2.144,22          | \$ 2.243,49          | \$ 2.347,37          | \$ 2.456,05          | \$ 2.569,77          |
| Mantenimiento Act. Fijos         | Tabla 89, 90 | \$ 988,65            | \$ 988,65            | \$ 988,65            | \$ 988,65            | \$ 988,65            |
| Combustible                      | Tabla 82     | \$ 792,00            | \$ 828,67            | \$ 867,04            | \$ 907,18            | \$ 949,18            |
| Seguros Act. Fijos               | Tabla 91     | \$ 1.329,73          | \$ 1.329,73          | \$ 1.329,73          | \$ 1.329,73          | \$ 1.329,73          |
| Depreciación                     | Tabla 113    | \$ 5.476,91          | \$ 5.476,91          | \$ 5.476,91          | \$ 4.155,38          | \$ 4.155,38          |
| Suministros Limp., Ofic., planta | Tabla 74: 76 | \$ 825,11            | \$ 863,31            | \$ 903,28            | \$ 945,11            | \$ 988,86            |
| Préstamo                         | Tabla 156    | \$ 9.918,00          | \$ 9.918,00          | \$ 9.918,00          | \$ 0,00              | \$ 0,00              |
| <b>TOTAL</b>                     |              | <b>\$ 102.610,73</b> | <b>\$ 112.046,19</b> | <b>\$ 116.185,26</b> | <b>\$ 109.276,44</b> | <b>\$ 113.807,67</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.5.3 Determinación de costos variables

Van de acuerdo al volumen de producción, a mayor producción, mayores costos y viceversa, crecen o decrecen de inmediato y en forma proporcional conforme sube o baja el nivel de producción.

**Tabla 149: Costos variables**

| DETALLE                 |                | 2013                | 2014                | 2015                | 2016                | 2017                |
|-------------------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Materia prima directa   | Tabla 115, 116 | \$ 62.130,28        | \$ 64.175,42        | \$ 66.220,55        | \$ 68.265,68        | \$ 70.310,82        |
| Materia prima indirecta | Tabla 121, 122 | \$ 455,15           | \$ 470,14           | \$ 485,12           | \$ 500,10           | \$ 515,08           |
| <b>TOTAL</b>            |                | <b>\$ 62.585,44</b> | <b>\$ 64.645,55</b> | <b>\$ 66.705,67</b> | <b>\$ 68.765,78</b> | <b>\$ 70.825,90</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.6 Método del cálculo del costo

- **Costo directo:**

El costo unitario de los productos se determina mediante el cálculo del Costo Directo, que se conforma por la materia prima directa y la mano de obra directa, como parte integrante de la estructura del producto.

A continuación se detalla en forma clara la mano de obra directa, la materia prima directa, en forma mensual y el costo unitario por producto, como se detalla a continuación:

**Tabla 150: Costeo directo unitario del producto**

| DESCRIPCIÓN   | PROD.<br>ANUAL | MANO DE OBRA DIRECTA |              |                 | MATERIA PRIMA DIRECTA |                | COSTO<br>DIRECTO<br>TOTAL | COSTO<br>UNITARIO \$ |
|---------------|----------------|----------------------|--------------|-----------------|-----------------------|----------------|---------------------------|----------------------|
|               |                | CANT.                | SUELDO       | TOTAL MOD<br>\$ | COSTO<br>UNIT. \$     | TOTAL MPD      |                           |                      |
|               |                | Tabla 26             | Tabla 118    |                 |                       | Tabla 115, 116 |                           |                      |
| CAMISETA POLO | 16.491         | 5                    | \$ 24.448,22 | \$ 24.448,22    |                       | \$ 62.130,28   | \$ 86.578,50              |                      |
| BORDADO       | 12368          |                      | \$ 18.336,17 | \$ 18.336,17    | \$ 3,77               | \$ 46.628,63   | \$ 64.964,80              | \$ 5,25              |
| ESTAMPADO     | 4123           |                      | \$ 6.112,06  | \$ 6.112,06     | \$ 3,76               | \$ 15.501,65   | \$ 21.613,71              | \$ 5,24              |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 151: Cálculo del precio de venta**

| TIPO                     | COSTO<br>UNIT. \$ | MARGEN<br>DE<br>UTILIDAD<br>(98%) | PRECIO<br>DE<br>VENTA |
|--------------------------|-------------------|-----------------------------------|-----------------------|
|                          | Tabla 150         |                                   |                       |
| CAMISETAS POLO BORDADA   | \$ 5,25           | 98%                               | \$ 10,40              |
| CAMISETAS POLO ESTAMPADO | \$ 5,24           | 98%                               | \$ 10,38              |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

El porcentaje de utilidad fijado, permite que el precio este a la mano con el del mercado, y se cumple la condición del precio, que dice:

Costo del producto + porcentaje de utilidad = precio de venta del producto.

**Tabla 152: Cálculo del precio de venta al público.**

| TIPO                      | COSTO UNIT. \$<br>Tabla 150 | MARGEN DE UTILIDAD (98%) | PRECIO DE VENTA | IVA 12 % | PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO |
|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|-----------------|----------|----------------------------|
| CAMISSETAS POLO BORDADA   | \$ 5,25                     | 98%                      | \$ 10,40        | 12%      | \$ 11,65                   |
| CAMISSETAS POLO ESTAMPADO | \$ 5,24                     | 98%                      | \$ 10,38        | 12%      | \$ 11,63                   |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 153: Comparación de precios de venta de mercado**

| TIPO                      | EMPORIUM PUBLICIDAD | COMPETENCIA DIRECTA/ TALLERES TEXTILES | COMPETENCIA INDIRECTA/ LOCALES COMER. |
|---------------------------|---------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|
|                           | Tabla 152           | Tabla 28                               | Tabla 29                              |
| CAMISSETAS POLO BORDADA   | \$ 11,65            | \$ 12,07                               | \$ 22,13                              |
| CAMISSETAS POLO ESTAMPADO | \$ 11,63            | \$ 11,70                               | \$ 21,50                              |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.7 Determinación de los ingresos

Se toma en cuenta el precio fijado y la cantidad de prenda a producir que se determinó en el estudio de mercado, y se realiza la proyección de ventas tomando en cuenta el factor de crecimiento anual, que se estimó con las respectivas proyecciones.

Tabla 154: Proyección de ingresos del proyecto

| INFLACIÓN ANUAL             | 0,0463     | AÑO 1           |                  |                      | AÑO 2           |                  |                      |
|-----------------------------|------------|-----------------|------------------|----------------------|-----------------|------------------|----------------------|
| PRODUCCIÓN                  |            | 16491           |                  |                      | 17034           |                  |                      |
| PRENDA                      | MODELO     | PRECIO DE VENTA | CAMISETAS AL AÑO | VENTAS AÑO           | PRECIO DE VENTA | CAMISETAS AL AÑO | VENTAS AÑO           |
|                             |            | Tabla 151       | Tabla 26         |                      |                 | Tabla 26         |                      |
| CAMISETAS POLO              | ESTAMPADAS | \$ 10,38        | 4123             | \$ 42.795,14         | \$ 10,86        | 4258             | \$ 46.250,45         |
| CAMISETAS POLO              | BORDADAS   | \$ 10,40        | 12368            | \$ 128.630,30        | \$ 10,88        | 12775            | \$ 139.016,03        |
|                             |            |                 | <b>16491</b>     | <b>\$ 171.425,44</b> |                 | <b>17034</b>     | <b>\$ 185.266,48</b> |
| INGRESO TOTAL POR VENTAS PV |            |                 |                  | <b>\$ 171.425,44</b> |                 |                  | <b>\$ 185.266,48</b> |

| INFLACIÓN ANUAL             | 0,0463     | AÑO 3           |                   |                      | AÑO 4           |                      |                      | AÑO 5           |                  |                      |
|-----------------------------|------------|-----------------|-------------------|----------------------|-----------------|----------------------|----------------------|-----------------|------------------|----------------------|
| PRODUCCIÓN                  |            | 17577           |                   |                      | 18120           |                      |                      | 18662           |                  |                      |
| PRENDA                      | MODELO     | PRECIO DE VENTA | CAMISETA S AL AÑO | VENTAS AÑO           | PRECIO DE VENTA | CAMISETAS AL AÑO     | VENTAS AÑO           | PRECIO DE VENTA | CAMISETAS AL AÑO | VENTAS AÑO           |
|                             |            |                 | Tabla 26          |                      |                 | Tabla 26             |                      |                 | Tabla 26         |                      |
| CAMISETAS POLO              | ESTAMPADAS | \$ 11,36        | 4394              | \$ 49.933,99         | \$ 11,89        | 4530                 | \$ 53.859,48         | \$ 12,44        | 4666             | \$ 58.041,43         |
| CAMISETAS POLO              | BORDADAS   | \$ 11,39        | 13183             | \$ 150.087,73        | \$ 11,91        | 13590                | \$ 161.886,66        | \$ 12,46        | 13997            | \$ 174.456,43        |
|                             |            |                 | <b>17577</b>      | <b>\$ 200.021,72</b> |                 | <b>18120</b>         | <b>\$ 215.746,14</b> |                 | <b>18662</b>     | <b>\$ 232.497,86</b> |
| INGRESO TOTAL POR VENTAS PV |            |                 |                   | <b>\$ 200.021,72</b> |                 | <b>\$ 215.746,14</b> |                      |                 |                  | <b>\$ 232.497,86</b> |

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 155: Proyección consolidada de ingresos del proyecto**

| PRODUCCIÓN<br>DE PRENDAS | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                          | 16491                | 17034                | 17577                | 18120                | 18662                |
| INGRESOS POR VENTAS      | \$ 171.425,44        | \$ 185.266,48        | \$ 200.021,72        | \$ 215.746,14        | \$ 232.497,86        |
| <b>TOTAL</b>             | <b>\$ 171.425,44</b> | <b>\$ 185.266,48</b> | <b>\$ 200.021,72</b> | <b>\$ 215.746,14</b> | <b>\$ 232.497,86</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.8 Gastos financieros

Corresponde al monto destinado para el pago de los intereses de la deuda, adquirida para el financiamiento de parte del proyecto, este préstamo se pagara en los 3 primeros años de vida del proyecto en mención.

**Tabla 156: Gastos financieros anuales**

| AÑOS                     | 0                | 1                  | 2                  | 3                  | 4              | 5              |
|--------------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|
| CAPITAL                  |                  | \$ 7.540,60        | \$ 8.400,70        | \$ 9.358,89        | \$ 0,00        | \$ 0,00        |
| INTERES                  |                  | \$ 2.377,40        | \$ 1.517,30        | \$ 559,10          | \$ 0,00        | \$ 0,00        |
| <b>TOTAL CUOTA ANUAL</b> | <b>Tabla 159</b> | <b>\$ 9.918,00</b> | <b>\$ 9.918,00</b> | <b>\$ 9.918,00</b> | <b>\$ 0,00</b> | <b>\$ 0,00</b> |
| PRESTAMO                 | \$ 25.300,20     | \$ 17.759,59       | \$ 9.358,89        | (\$ 0,00)          | \$ 0,00        | \$ 0,00        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.8.1 Fuentes de financiamiento

En el financiamiento identifican las fuentes de recursos financieros indispensables para la ejecución y operación de proyecto y asegurar los mecanismos a través de los cuales se distribuirá los recursos hacia los usos específicos.

Por ellos se determina 2 tipos de financiamiento:

- **Interno:** recursos pertenecientes a los accionistas de la empresa en estudio.
- **Externo:** recursos monetarios de entidades financieras que tengan la naturaleza de financiar proyectos privados y de emprendimiento nacional.

En nuestro proyecto se toma la opción de la CFN, presenta beneficios de financiamiento a tasas razonables y plazos preferenciales.

**Tabla 157: Inversión y financiamiento**

| DETALLE                       | INVERSIÓN<br>TOTAL | FUENTES DE FINANCIAMIENTO |        |              |        | FINANCIADO POR          |
|-------------------------------|--------------------|---------------------------|--------|--------------|--------|-------------------------|
|                               |                    | INTERNO                   | %      | EXTERNO      | %      |                         |
| INVERSIONES FIJAS - Tabla 106 |                    |                           |        |              |        |                         |
| MUEBLES Y ENSERES             | \$ 3.454,00        | \$ 3.454,00               | 5,64%  |              |        | Mauricio Cueva          |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN         | \$ 3.965,00        | \$ 3.965,00               | 6,47%  |              |        | Mauricio Cueva          |
| EQUIPO DE OFICINA             | \$ 948,00          | \$ 948,00                 | 1,55%  |              |        | Lorena Bautista         |
| MAQUINARIA                    | \$ 17.991,76       | \$ 17.991,76              | 29,38% |              |        | Lorena Bautista/Jessica |
| VEHÍCULO                      | \$ 9.580,00        | \$ 9.580,00               | 15,64% |              |        | Pilar Campaña           |
| TOTAL INVERSIONES FIJAS       | \$ 35.938,76       | \$ 35.938,76              | 58,69% | \$ 0,00      | 0,00%  |                         |
| CAPITAL TRABAJO               | \$ 25.300,20       |                           |        | \$ 25.300,20 | 41,31% | CFN                     |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO      | \$ 25.300,20       | \$ 0,00                   | 0,00%  | \$ 25.300,20 | 41,31% |                         |
| INVERSIÓN TOTAL               | \$ 61.238,96       | \$ 35.938,76              | 58,69% | \$ 25.300,20 | 41,31% | 100,00%                 |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.8.2 Forma de financiamiento y amortización de la deuda

El crédito a CFN representa el 41,31% del total de la inversión; y los recursos propios de los accionistas representan el 58,69%

El cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

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

En donde:

A= anualidad

P= Valor presente

(i)= tasa de interés

(n)= número de periodos

**Tabla 158: Cuota mensual y anual del crédito**

| Tabla 159             |                 |
|-----------------------|-----------------|
| <b>CUOTA MENSUAL:</b> | <b>826,50</b>   |
| <b>CUOTA ANUAL:</b>   | <b>9.918,00</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 159: Amortización del crédito**

|                | Capital:     | \$ 25.300,20        |                     |                              | Total pagado:    | 29.754,00         |
|----------------|--------------|---------------------|---------------------|------------------------------|------------------|-------------------|
|                | Tiempo:      | 36                  | (en meses)          |                              | Interés total:   | 4.453,80          |
|                | Interés:     | 0,90%               | (mensual)           |                              |                  |                   |
|                |              | 10,85%              | (anual)             |                              |                  |                   |
|                |              |                     |                     | <b>CUOTA MENSUAL: 826,50</b> |                  |                   |
|                |              |                     |                     | <b>CUOTA ANUAL: 9.918,00</b> |                  |                   |
| Cuota          | Capital      | Cuota mensual       | Cuota Capital       | Cuota Interés                | Capital Reducido | Interés Acumulado |
| 1              | \$ 25.300,20 | \$ 826,50           | \$ 597,74           | \$ 228,76                    | \$ 24.702,45     | \$ 228,76         |
| 2              | \$ 24.702,45 | \$ 826,50           | \$ 603,15           | \$ 223,35                    | \$ 24.099,30     | \$ 452,11         |
| 3              | \$ 24.099,30 | \$ 826,50           | \$ 608,60           | \$ 217,90                    | \$ 23.490,70     | \$ 670,01         |
| 4              | \$ 23.490,70 | \$ 826,50           | \$ 614,10           | \$ 212,40                    | \$ 22.876,60     | \$ 882,40         |
| 5              | \$ 22.876,60 | \$ 826,50           | \$ 619,66           | \$ 206,84                    | \$ 22.256,94     | \$ 1.089,24       |
| 6              | \$ 22.256,94 | \$ 826,50           | \$ 625,26           | \$ 201,24                    | \$ 21.631,68     | \$ 1.290,48       |
| 7              | \$ 21.631,68 | \$ 826,50           | \$ 630,91           | \$ 195,59                    | \$ 21.000,77     | \$ 1.486,07       |
| 8              | \$ 21.000,77 | \$ 826,50           | \$ 636,62           | \$ 189,88                    | \$ 20.364,15     | \$ 1.675,95       |
| 9              | \$ 20.364,15 | \$ 826,50           | \$ 642,37           | \$ 184,13                    | \$ 19.721,77     | \$ 1.860,08       |
| 10             | \$ 19.721,77 | \$ 826,50           | \$ 648,18           | \$ 178,32                    | \$ 19.073,59     | \$ 2.038,39       |
| 11             | \$ 19.073,59 | \$ 826,50           | \$ 654,04           | \$ 172,46                    | \$ 18.419,55     | \$ 2.210,85       |
| 12             | \$ 18.419,55 | \$ 826,50           | \$ 659,96           | \$ 166,54                    | \$ 17.759,59     | \$ 2.377,40       |
| 13             | \$ 17.759,59 | \$ 826,50           | \$ 665,92           | \$ 160,58                    | \$ 17.093,67     | \$ 2.537,97       |
| 14             | \$ 17.093,67 | \$ 826,50           | \$ 671,94           | \$ 154,56                    | \$ 16.421,72     | \$ 2.692,53       |
| 15             | \$ 16.421,72 | \$ 826,50           | \$ 678,02           | \$ 148,48                    | \$ 15.743,70     | \$ 2.841,01       |
| 16             | \$ 15.743,70 | \$ 826,50           | \$ 684,15           | \$ 142,35                    | \$ 15.059,55     | \$ 2.983,36       |
| 17             | \$ 15.059,55 | \$ 826,50           | \$ 690,34           | \$ 136,16                    | \$ 14.369,22     | \$ 3.119,52       |
| 18             | \$ 14.369,22 | \$ 826,50           | \$ 696,58           | \$ 129,92                    | \$ 13.672,64     | \$ 3.249,44       |
| 19             | \$ 13.672,64 | \$ 826,50           | \$ 702,88           | \$ 123,62                    | \$ 12.969,76     | \$ 3.373,06       |
| 20             | \$ 12.969,76 | \$ 826,50           | \$ 709,23           | \$ 117,27                    | \$ 12.260,53     | \$ 3.490,33       |
| 21             | \$ 12.260,53 | \$ 826,50           | \$ 715,64           | \$ 110,86                    | \$ 11.544,89     | \$ 3.601,19       |
| 22             | \$ 11.544,89 | \$ 826,50           | \$ 722,11           | \$ 104,39                    | \$ 10.822,77     | \$ 3.705,57       |
| 23             | \$ 10.822,77 | \$ 826,50           | \$ 728,64           | \$ 97,86                     | \$ 10.094,13     | \$ 3.803,43       |
| 24             | \$ 10.094,13 | \$ 826,50           | \$ 735,23           | \$ 91,27                     | \$ 9.358,89      | \$ 3.894,70       |
| 25             | \$ 9.358,89  | \$ 826,50           | \$ 741,88           | \$ 84,62                     | \$ 8.617,01      | \$ 3.979,32       |
| 26             | \$ 8.617,01  | \$ 826,50           | \$ 748,59           | \$ 77,91                     | \$ 7.868,43      | \$ 4.057,23       |
| 27             | \$ 7.868,43  | \$ 826,50           | \$ 755,36           | \$ 71,14                     | \$ 7.113,07      | \$ 4.128,37       |
| 28             | \$ 7.113,07  | \$ 826,50           | \$ 762,19           | \$ 64,31                     | \$ 6.350,88      | \$ 4.192,69       |
| 29             | \$ 6.350,88  | \$ 826,50           | \$ 769,08           | \$ 57,42                     | \$ 5.581,81      | \$ 4.250,11       |
| 30             | \$ 5.581,81  | \$ 826,50           | \$ 776,03           | \$ 50,47                     | \$ 4.805,78      | \$ 4.300,58       |
| 31             | \$ 4.805,78  | \$ 826,50           | \$ 783,05           | \$ 43,45                     | \$ 4.022,73      | \$ 4.344,03       |
| 32             | \$ 4.022,73  | \$ 826,50           | \$ 790,13           | \$ 36,37                     | \$ 3.232,60      | \$ 4.380,40       |
| 33             | \$ 3.232,60  | \$ 826,50           | \$ 797,27           | \$ 29,23                     | \$ 2.435,33      | \$ 4.409,63       |
| 34             | \$ 2.435,33  | \$ 826,50           | \$ 804,48           | \$ 22,02                     | \$ 1.630,85      | \$ 4.431,65       |
| 35             | \$ 1.630,85  | \$ 826,50           | \$ 811,75           | \$ 14,75                     | \$ 819,09        | \$ 4.446,40       |
| 36             | \$ 819,09    | \$ 826,50           | \$ 819,09           | \$ 7,41                      | (\$ 0,00)        | \$ 4.453,80       |
| <b>TOTALES</b> |              | <b>\$ 29.754,00</b> | <b>\$ 25.300,20</b> | <b>\$ 4.453,80</b>           |                  |                   |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.9 Cronograma de inversiones

Entendiendo que el proyecto va a funcionar en instalaciones ya existentes, los requerimientos en inversiones fijas se dispondrán en un máximo de 15 días, a partir de la semana de confirmación de la compra, por lo cual se presenta el siguiente cuadro de operaciones del proyecto, se planea en 8 semanas máximo para iniciar las operaciones, a su totalidad, a partir de la fecha inicial del estudio de factibilidad.

**Tabla 160: Cronograma de inversiones**

| ACTIVIDAD/ SEMANA                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|--------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CONSTITUCIÓN EMPRESA                 | X | X |   |   |   |   |   |   |
| TRAMITES LEGALES Y OBTENCIÓN CRÉDITO |   | X | X |   |   |   |   |   |
| ADECUACIÓN INMUEBLE                  | X | X |   |   |   |   |   |   |
| SOLICITUD ACTIVOS FIJOS              |   | X |   |   |   |   |   |   |
| RECEPCIÓN ACTIVOS FIJOS              |   |   | X | X |   |   |   |   |
| RECEPCIÓN VEHÍCULO                   |   |   | X |   |   |   |   |   |
| INSTALACIÓN ACTIVOS FIJOS            |   |   |   | X | X | X |   |   |
| PUBLICACIÓN DE OFERTAS LABORALES     |   | X | X |   |   |   |   |   |
| CONTRATACIÓN DE PERSONAL             |   |   |   | X |   |   |   |   |
| COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS |   |   |   |   | X | X |   |   |
| INICIO PRODUCCIÓN                    |   |   |   |   |   |   | X | X |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 7.10 Estados financieros

Son una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la organización, suministran información acerca de la situación financiera, rendimiento financiero y flujos de efectividad, que son útiles en el momento de la toma de decisiones

### 7.10.1 Situación financiera inicial

Herramienta de análisis de la información financiera, a través de la cual podemos identificar la situación patrimonial de la empresa en unidades monetarias.

El Activo es la sumatoria del pasivo y el patrimonio.

**Tabla 161: Balance general inicial**

|                                  |              |                     |
|----------------------------------|--------------|---------------------|
| <b>ACTIVOS</b>                   |              |                     |
| <b>CORRIENTES</b>                |              | <b>\$ 25.300,20</b> |
| Efectivo                         | \$ 15.012,18 |                     |
| Inventario Materia Prima         | \$ 10.288,02 |                     |
|                                  |              | <b>\$ 35.938,76</b> |
| <b>NO CORRIENTES</b>             |              |                     |
| Muebles y Enseres                | \$ 3.454,00  |                     |
| Equipo de Computación            | \$ 3.965,00  |                     |
| Equipo de Oficina                | \$ 948,00    |                     |
| Maquinaria                       | \$ 17.991,76 |                     |
| Vehículo                         | \$ 9.580,00  |                     |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>             |              | <b>\$ 61.238,96</b> |
|                                  |              |                     |
| <b>PASIVOS</b>                   |              |                     |
| <b>NO CORRIENTES</b>             |              | <b>\$ 25.300,20</b> |
| Préstamo Bancario                | \$ 25.300,20 |                     |
| <b>PATRIMONIO</b>                |              |                     |
| Capital social                   | \$ 35.938,76 | <b>\$ 35.938,76</b> |
|                                  |              |                     |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> |              | <b>\$ 61.238,96</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### **7.10.2 Situación económica- proyección a 5 años**

Es un documento contable en donde se demuestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

Una vez estimados los ingresos y egresos que tiene el proyecto se procede a realizar la proyección para los 5 primeros años de vida del proyecto,

Se verifica la variación de la situación económica proyectada a 5 años, demostrando así que este estado financiero es dinámico, y se puede apreciar la información económica a nivel general en un determinado periodo de tiempo, el proyecto si genera rentabilidad sostenida y creciente en el paso del tiempo, a continuación se presenta el estado de resultado del proyecto

**Tabla 162: Proyección estado de resultados del proyecto puro**

| DETALLE |                                  | Año 1     |               | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|---------|----------------------------------|-----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| (+)     | INGRESOS POR VENTAS              | Tabla 154 | \$ 171.425,44 | \$ 185.266,48 | \$ 200.021,72 | \$ 215.746,14 | \$ 232.497,86 |
| (-)     | Costo de producción              | Tabla 113 | \$ 102.300,25 | \$ 107.746,24 | \$ 111.594,82 | \$ 115.526,21 | \$ 119.544,24 |
| (=)     | UTILIDAD BRUTA EN VENTAS         |           | \$ 69.125,19  | \$ 77.520,24  | \$ 88.426,90  | \$ 100.219,93 | \$ 112.953,62 |
| (-)     | GASTOS OPERACIONALES             |           | \$ 52.977,92  | \$ 59.027,50  | \$ 61.378,11  | \$ 62.516,02  | \$ 65.089,33  |
|         | Gastos de administración         | Tabla 140 | 44409,07      | 49422,15      | 51394,33      | 52136,29      | 54295,33      |
|         | Gastos de venta                  | Tabla 114 | \$ 8.568,85   | \$ 9.605,35   | \$ 9.983,78   | \$ 10.379,72  | \$ 10.794,00  |
| (=)     | UTILIDAD OPERATIVA               |           | \$ 16.147,27  | \$ 18.492,74  | \$ 27.048,79  | \$ 37.703,92  | \$ 47.864,29  |
| (-)     | Depreciaciones                   | Tabla 107 | \$ 5.476,91   | \$ 5.476,91   | \$ 5.476,91   | \$ 5.476,91   | \$ 4.155,38   |
| (-)     | Gasto constitución               | Tabla 156 | \$ 979,00     |               |               |               |               |
| =       | UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTIC. |           | \$ 9.691,36   | \$ 13.015,83  | \$ 21.571,88  | \$ 32.227,00  | \$ 43.708,92  |
| (-)     | 15% Participación Trabajadores   |           | \$ 1.453,70   | \$ 1.952,37   | \$ 3.235,78   | \$ 4.834,05   | \$ 6.556,34   |
| =       | Utilidad Antes de Impuestos      |           | \$ 8.237,65   | \$ 11.063,46  | \$ 18.336,10  | \$ 27.392,95  | \$ 37.152,58  |
| (-)     | Impuesto a la Renta 23% / 22%    |           | \$ 1.894,66   | \$ 2.433,96   | \$ 4.033,94   | \$ 6.026,45   | \$ 8.173,57   |
| =       | Utilidad Antes de Reservas       |           | \$ 6.342,99   | \$ 8.629,49   | \$ 14.302,16  | \$ 21.366,50  | \$ 28.979,01  |
| (-)     | 5% Reserva Legal                 |           | \$ 317,15     | \$ 431,47     | \$ 715,11     | \$ 1.068,33   | \$ 1.448,95   |
| =       | UTILIDAD NETA                    |           | \$ 6.025,84   | \$ 8.198,02   | \$ 13.587,05  | \$ 20.298,18  | \$ 27.530,06  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 163: Estado de resultados del inversionista**

| DETALLE |                                  | Año 1     |               | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|---------|----------------------------------|-----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| (+)     | INGRESOS POR VENTAS              | Tabla 154 | \$ 171.425,44 | \$ 185.266,48 | \$ 200.021,72 | \$ 215.746,14 | \$ 232.497,86 |
| (-)     | Costo de producción              | Tabla 114 | \$ 102.300,25 | \$ 107.746,24 | \$ 111.594,82 | \$ 115.526,21 | \$ 119.544,24 |
| (=)     | UTILIDAD BRUTA EN VENTAS         |           | \$ 69.125,19  | \$ 77.520,24  | \$ 88.426,90  | \$ 100.219,93 | \$ 112.953,62 |
| (-)     | GASTOS OPERACIONALES             |           | \$ 52.977,92  | \$ 59.027,50  | \$ 61.378,11  | \$ 62.516,02  | \$ 65.089,33  |
|         | Gastos de administración         | Tabla 140 | \$ 44.409,07  | \$ 49.422,15  | \$ 51.394,33  | \$ 52.136,29  | \$ 54.295,33  |
|         | Gastos de venta                  | Tabla 114 | \$ 8.568,85   | \$ 9.605,35   | \$ 9.983,78   | \$ 10.379,72  | \$ 10.794,00  |
| (=)     | UTILIDAD OPERATIVA               |           | \$ 16.147,27  | \$ 18.492,74  | \$ 27.048,79  | \$ 37.703,92  | \$ 47.864,29  |
| (-)     | Pago de interés préstamo         | Tabla 156 | \$ 2.377,40   | \$ 1.517,30   | \$ 559,10     | \$ 0,00       | \$ 0,00       |
| (-)     | Depreciaciones                   | Tabla 113 | \$ 5.476,91   | \$ 5.476,91   | \$ 5.476,91   | \$ 4.155,38   | \$ 4.155,38   |
| (-)     | Gasto constitución               | Tabla 107 | \$ 979,00     | \$ 0,00       | \$ 0,00       | \$ 0,00       | \$ 0,00       |
| =       | UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTIC. |           | \$ 7.313,96   | \$ 11.498,53  | \$ 21.012,77  | \$ 33.548,54  | \$ 43.708,92  |
| (-)     | 15% Participación Trabajadores   |           | \$ 1.097,09   | \$ 1.724,78   | \$ 3.151,92   | \$ 5.032,28   | \$ 6.556,34   |
| =       | Utilidad Antes de Impuestos      |           | \$ 6.216,87   | \$ 9.773,75   | \$ 17.860,86  | \$ 28.516,26  | \$ 37.152,58  |
| (-)     | Impuesto a la Renta 23% / 22%    |           | \$ 1.429,88   | \$ 2.150,22   | \$ 3.929,39   | \$ 6.273,58   | \$ 8.173,57   |
| =       | Utilidad Antes de Reservas       |           | \$ 4.786,99   | \$ 7.623,52   | \$ 13.931,47  | \$ 22.242,68  | \$ 28.979,01  |
| (-)     | 5% Reserva Legal                 |           | \$ 239,35     | \$ 381,18     | \$ 696,57     | \$ 1.112,13   | \$ 1.448,95   |
| =       | UTILIDAD NETA                    |           | \$ 4.547,64   | \$ 7.242,35   | \$ 13.234,90  | \$ 21.130,55  | \$ 27.530,06  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### 7.10.3 Situación financiera- proyección 5 años

“El Balance general, también llamado estado de situación financiera, es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas del activo, pasivo y patrimonio, determinando la posición financiera de la empresa en un momento determinado”<sup>7</sup>

Resulta ser positivo cuando el activo es superior al pasivo, cuando lo que se tiene es más de lo que se debe.

**Tabla 164: Proyección-Balance general del inversionista**

| DETALLE                          |           | Año 1        | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|----------------------------------|-----------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>ACTIVOS</b>                   |           |              |               |               |               |               |
| <b>CORRIENTES</b>                |           | \$ 30.550,47 | \$ 31.811,24  | \$ 37.443,50  | \$ 54.134,64  | \$ 68.450,40  |
| Efectivo                         |           | \$ 20.262,45 | \$ 21.036,98  | \$ 26.325,89  | \$ 42.673,68  | \$ 56.646,08  |
| Inventario Materia Prima         | Tabla 112 | \$ 10.288,02 | \$ 10.774,26  | \$ 11.117,61  | \$ 11.460,96  | \$ 11.804,32  |
| <b>NO CORRIENTES</b>             |           | \$ 30.461,85 | \$ 24.984,94  | \$ 19.508,03  | \$ 15.352,65  | \$ 11.197,28  |
| Muebles y Enseres                | Tabla 77  | \$ 3.454,00  | \$ 3.454,00   | \$ 3.454,00   | \$ 3.454,00   | \$ 3.454,00   |
| Equipo de Computación            | Tabla 78  | \$ 3.965,00  | \$ 3.965,00   | \$ 3.965,00   | \$ 3.965,00   | \$ 3.965,00   |
| Equipo de Oficina                | Tabla 79  | \$ 948,00    | \$ 948,00     | \$ 948,00     | \$ 948,00     | \$ 948,00     |
| Maquinaria                       | Tabla 80  | \$ 17.991,76 | \$ 17.991,76  | \$ 17.991,76  | \$ 17.991,76  | \$ 17.991,76  |
| Vehículo                         | Tabla 81  | \$ 9.580,00  | \$ 9.580,00   | \$ 9.580,00   | \$ 9.580,00   | \$ 9.580,00   |
| Depreciación Acumulada           | Tabla 113 | -\$ 5.476,91 | -\$ 10.953,82 | -\$ 16.430,73 | -\$ 20.586,11 | -\$ 24.741,48 |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>             |           | \$ 61.012,32 | \$ 56.796,18  | \$ 56.951,53  | \$ 69.487,30  | \$ 79.647,67  |
| <b>PASIVOS</b>                   |           |              |               |               |               |               |
| <b>CORRIENTES</b>                |           | \$ 2.526,97  | \$ 3.875,00   | \$ 7.081,30   | \$ 11.305,86  | \$ 14.729,90  |
| Obligaciones Patronales x pagar  |           | \$ 2.526,97  | \$ 3.875,00   | \$ 7.081,30   | \$ 11.305,86  | \$ 14.729,90  |
| <b>NO CORRIENTES</b>             |           | \$ 17.759,59 | \$ 9.358,89   | \$ 0,00       | \$ 0,00       | \$ 0,00       |
| Deuda largo plazo                |           | \$ 17.759,59 | \$ 9.358,89   | \$ 0,00       | \$ 0,00       | \$ 0,00       |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>             |           | \$ 20.286,57 | \$ 13.233,90  | \$ 7.081,30   | \$ 11.305,86  | \$ 14.729,90  |
| <b>PATRIMONIO</b>                |           |              |               |               |               |               |
| Capital social                   |           | \$ 35.938,76 | \$ 35.938,76  | \$ 35.938,76  | \$ 35.938,76  | \$ 35.938,76  |
| Reservas Legal 5%                |           | \$ 239,35    | \$ 381,18     | \$ 696,57     | \$ 1.112,13   | \$ 1.448,95   |
| Resultados del ejercicio         |           | \$ 4.547,64  | \$ 7.242,35   | \$ 13.234,90  | \$ 21.130,55  | \$ 27.530,06  |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          |           | \$ 40.725,75 | \$ 43.562,28  | \$ 49.870,23  | \$ 58.181,44  | \$ 64.917,77  |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> |           | \$ 61.012,31 | \$ 56.796,18  | \$ 56.951,53  | \$ 69.487,30  | \$ 79.647,68  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

<sup>7</sup> ZAPATA, Pedro, **Op. Cit.**, p. 62

#### 7.10.4 Flujo de caja- proyección a 5 años

Muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación, determinando lo que realmente ingresa o sale de efectivo, la evaluación se efectúa sobre los resultados que aquí se determinen.

Para el flujo de caja proyectado necesitamos los ingresos y egresos que tuvo la empresa, es por eso que se considera la información del Estado de Resultados con sus respectivas proyecciones, y se analiza dos tipos de flujos de caja:

- **Del proyecto:** se asume que la inversión que requiere el proyecto proviene de fuentes de financiamiento internas, es decir, propias y que los recursos totales que necesita el proyecto provienen sea de una entidad ejecutoria o del inversionista.
- **Del inversionista:** los recursos que utiliza el proyecto son en parte propios y en parte de terceras personas, es decir, recursos externos para su financiamiento.

**Tabla 165: Flujo de fondos del proyecto puro**

| DETALLE |                                         | Año 1                |                     | Año 2               | Año 3               | Año 4                | Año 5                |
|---------|-----------------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| (+)     | INGRESOS POR VENTAS                     | Tabla 154            | \$ 171.425,44       | \$ 185.266,48       | \$ 200.021,72       | \$ 215.746,14        | \$ 232.497,86        |
| (-)     | Costo de producción                     | Tabla 113            | \$ 102.300,25       | \$ 107.746,24       | \$ 111.594,82       | \$ 115.526,21        | \$ 119.544,24        |
| (=)     | <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>         |                      | <b>\$ 69.125,19</b> | <b>\$ 77.520,24</b> | <b>\$ 88.426,90</b> | <b>\$ 100.219,93</b> | <b>\$ 112.953,62</b> |
| (-)     | <b>GASTOS OPERACIONALES</b>             |                      | <b>\$ 52.977,92</b> | <b>\$ 59.027,50</b> | <b>\$ 61.378,11</b> | <b>\$ 62.516,02</b>  | <b>\$ 65.089,33</b>  |
| 0       | Gastos de administración                | Tabla 140            | 44409,07            | 49422,15            | 51394,33            | 52136,29             | 54295,33             |
| 0       | Gastos de venta                         | Tabla 114            | \$ 8.568,85         | \$ 9.605,35         | \$ 9.983,78         | \$ 10.379,72         | \$ 10.794,00         |
| (=)     | <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>               |                      | <b>\$ 16.147,27</b> | <b>\$ 18.492,74</b> | <b>\$ 27.048,79</b> | <b>\$ 37.703,92</b>  | <b>\$ 47.864,29</b>  |
| (-)     | Depreciaciones                          | Tabla 107            | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91          | \$ 4.155,38          |
| (-)     | Gasto constitución                      | Tabla 156            | \$ 979,00           | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00              | \$ 0,00              |
| =       | <b>UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTIC.</b> |                      | <b>\$ 9.691,36</b>  | <b>\$ 13.015,83</b> | <b>\$ 21.571,88</b> | <b>\$ 32.227,00</b>  | <b>\$ 43.708,92</b>  |
| (-)     | 15% Participación Trabajadores          |                      | \$ 1.453,70         | \$ 1.952,37         | \$ 3.235,78         | \$ 4.834,05          | \$ 6.556,34          |
| =       | Utilidad Antes de Impuestos             |                      | \$ 8.237,65         | \$ 11.063,46        | \$ 18.336,10        | \$ 27.392,95         | \$ 37.152,58         |
| (-)     | Impuesto a la Renta 23% / 22%           |                      | \$ 1.894,66         | \$ 2.433,96         | \$ 4.033,94         | \$ 6.026,45          | \$ 8.173,57          |
| =       | Utilidad Antes de Reservas              |                      | \$ 6.342,99         | \$ 8.629,49         | \$ 14.302,16        | \$ 21.366,50         | \$ 28.979,01         |
| (-)     | 5% Reserva Legal                        |                      | \$ 317,15           | \$ 431,47           | \$ 715,11           | \$ 1.068,33          | \$ 1.448,95          |
| =       | <b>UTILIDAD NETA</b>                    |                      | <b>\$ 6.025,84</b>  | <b>\$ 8.198,02</b>  | <b>\$ 13.587,05</b> | <b>\$ 20.298,18</b>  | <b>\$ 27.530,06</b>  |
| (+)     | Depreciaciones                          |                      | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91          | \$ 4.155,38          |
| (+)     | Valor de rescate de activos             |                      |                     |                     |                     |                      | 11197,28             |
| (-)     | Activos fijos                           | -35938,76            |                     |                     |                     |                      |                      |
| (-)     | Capital de trabajo                      | -25300,20            |                     |                     |                     |                      |                      |
| (+)     | Recuperación del capital de trabajo     |                      |                     |                     |                     |                      | 25300,20             |
| (=)     | <b>TOTAL</b>                            | <b>-\$ 61.238,96</b> | <b>\$ 11.502,75</b> | <b>\$ 13.674,93</b> | <b>\$ 19.063,96</b> | <b>\$ 25.775,09</b>  | <b>\$ 68.182,91</b>  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 166: Flujo de fondos del inversionista**

| DETALLE |                                         |                       | Año 1               | Año 2               | Año 3               | Año 4                | Año 5                |
|---------|-----------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| (+)     | INGRESOS POR VENTAS                     | Tabla 154             | \$ 171.425,44       | \$ 185.266,48       | \$ 200.021,72       | \$ 215.746,14        | \$ 232.497,86        |
| (-)     | Costo de producción                     | Tabla 114             | \$ 102.300,25       | \$ 107.746,24       | \$ 111.594,82       | \$ 115.526,21        | \$ 119.544,24        |
| (=)     | <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>         |                       | <b>\$ 69.125,19</b> | <b>\$ 77.520,24</b> | <b>\$ 88.426,90</b> | <b>\$ 100.219,93</b> | <b>\$ 112.953,62</b> |
| (-)     | <b>GASTOS OPERACIONALES</b>             |                       | <b>\$ 52.977,92</b> | <b>\$ 59.027,50</b> | <b>\$ 61.378,11</b> | <b>\$ 62.516,02</b>  | <b>\$ 65.089,33</b>  |
|         | Gastos de administración                | Tabla 140             | \$ 44.409,07        | \$ 49.422,15        | \$ 51.394,33        | \$ 52.136,29         | \$ 54.295,33         |
|         | Gastos de venta                         | Tabla 114             | \$ 8.568,85         | \$ 9.605,35         | \$ 9.983,78         | \$ 10.379,72         | \$ 10.794,00         |
| (=)     | <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>               |                       | <b>\$ 16.147,27</b> | <b>\$ 18.492,74</b> | <b>\$ 27.048,79</b> | <b>\$ 37.703,92</b>  | <b>\$ 47.864,29</b>  |
| (-)     | Pago de interés préstamo                | Tabla 156             | \$ 2.377,40         | \$ 1.517,30         | \$ 559,10           | \$ 0,00              | \$ 0,00              |
| (-)     | Depreciaciones                          | Tabla 113             | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 4.155,38          | \$ 4.155,38          |
| (-)     | Gasto constitución                      | Tabla 107             | \$ 979,00           | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00              | \$ 0,00              |
| =       | <b>UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTIC.</b> |                       | <b>\$ 7.313,96</b>  | <b>\$ 11.498,53</b> | <b>\$ 21.012,77</b> | <b>\$ 33.548,54</b>  | <b>\$ 43.708,92</b>  |
| (-)     | 15% Participación Trabajadores          |                       | \$ 1.097,09         | \$ 1.724,78         | \$ 3.151,92         | \$ 5.032,28          | \$ 6.556,34          |
| =       | Utilidad Antes de Impuestos             |                       | \$ 6.216,87         | \$ 9.773,75         | \$ 17.860,86        | \$ 28.516,26         | \$ 37.152,58         |
| (-)     | Impuesto a la Renta 23% / 22%           |                       | \$ 1.429,88         | \$ 2.150,22         | \$ 3.929,39         | \$ 6.273,58          | \$ 8.173,57          |
| =       | Utilidad Antes de Reservas              |                       | \$ 4.786,99         | \$ 7.623,52         | \$ 13.931,47        | \$ 22.242,68         | \$ 28.979,01         |
| (-)     | 5% Reserva Legal                        |                       | \$ 239,35           | \$ 381,18           | \$ 696,57           | \$ 1.112,13          | \$ 1.448,95          |
| =       | <b>UTILIDAD NETA</b>                    |                       | <b>\$ 4.547,64</b>  | <b>\$ 7.242,35</b>  | <b>\$ 13.234,90</b> | <b>\$ 21.130,55</b>  | <b>\$ 27.530,06</b>  |
| (+)     | Depreciaciones                          |                       | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 5.476,91         | \$ 4.155,38          | \$ 4.155,38          |
| (+)     | Valor de rescate de activos             |                       |                     |                     |                     |                      | 11197,28             |
| (-)     | Activo fijo                             | -35938,76             |                     |                     |                     |                      |                      |
| (-)     | Capital de trabajo                      | -25300,20             |                     |                     |                     |                      |                      |
| (+)     | Recuperación del capital de trabajo     |                       |                     |                     |                     |                      | 25300,20             |
| (+)     | Préstamo                                | \$ 25.300,20          |                     |                     |                     |                      |                      |
| (-)     | Amortización del préstamo               |                       | \$ 9.918,00         | \$ 9.918,00         | \$ 9.918,00         | \$ 0,00              | \$ 0,00              |
| (=)     | <b>TOTAL</b>                            | <b>(\$ 35.938,76)</b> | <b>\$ 106,55</b>    | <b>\$ 2.801,26</b>  | <b>\$ 8.793,81</b>  | <b>\$ 25.285,92</b>  | <b>\$ 68.182,91</b>  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### **Análisis del flujo de caja:**

Los costos de producción, los gastos de ventas y administrativos para todos los años, están basados en las proyecciones realizadas anteriormente, en base a la inflación, es por ellos que los costos de producción se incrementan acorde a las proyecciones de la producción realizada en el estudio de mercado.

De igual manera que en estado de resultados se trabaja con un flujo de caja del proyecto y del inversionista, en el cual los costos financieros solo constan hasta el 3er año, porque el préstamo adquirido se ha planificado pagarlo durante este tiempo definido, tal como lo podemos verificar en la amortización del crédito.

Se realiza el cálculo de Participación trabajadores del 15%, el pago del Impuesto a la Renta, que al 1er año corresponde el 23% y los años consecutivos del 22% tal como lo determina el Código de la Producción, y es lo que se ha calculado en el estado de resultados proyectado.

Con la información obtenida en este capítulo se procede a la evaluación del proyecto.

## CAPÍTULO VIII

### 8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Herramienta de análisis financiero que permite determinar la viabilidad del proyecto, y el tiempo de recuperación de lo invertido.

#### 8.1 Flujo de caja neto del proyecto

Empecemos por reconocer el flujo de caja neto generado, que ya se calculó anteriormente, tal como lo calculado se presenta un flujo de caja sin financiamiento y un flujo de caja con financiamiento, tal como se verifica a continuación:

**Tabla 167: Flujo de caja neto del proyecto puro**

| AÑOS         | FLUJO DE FONDOS      |
|--------------|----------------------|
| Tabla 165    |                      |
| Año 0        | -\$ 61.238,96        |
| Año 1        | \$ 11.502,75         |
| Año 2        | \$ 13.674,93         |
| Año 3        | \$ 19.063,96         |
| Año 4        | \$ 25.775,09         |
| Año 5        | \$ 68.182,91         |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 138.199,64</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 168: Flujo de caja neto del inversionista**

| AÑOS         | FLUJO DE FONDOS      |
|--------------|----------------------|
| Tabla 166    |                      |
| Año 0        | -\$ 35.938,76        |
| Año 1        | \$ 106,55            |
| Año 2        | \$ 2.801,26          |
| Año 3        | \$ 8.793,81          |
| Año 4        | \$ 25.285,92         |
| Año 5        | \$ 68.182,91         |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 105.170,45</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## 8.2 Determinación de la TMAR

Tasa que permite realizar la evaluación respectiva que definirá la viabilidad financiera del proyecto, se aplica a los flujos de efectivo proyectados para calcularlos al valor presente neto.

### Componentes

- Tasa pasiva,
- Inflación,
- El riesgo: mínimo aceptable sobre la inflación y la tasa pasiva para el inversionista.

**Tabla 169: Cálculo de la TMAR del proyecto puro**

| TMAR            |  |               |  |
|-----------------|--|---------------|--|
| TASA PASIVA     |  | 4,53%         |  |
| INFLACIÓN       |  | 4,63%         |  |
| RIESGO ESTIMADO |  | 7,64%         |  |
| <b>TMAR</b>     |  | <b>16,80%</b> |  |

**Fuente:** Banco Central del Ecuador – Boletín Resumen 2013

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

La tasa de descuento del proyecto, está determinada por la tasa de riesgo país más la tasa de interés pasiva y la inflación, datos que son fijados por el BCE, siendo así tenemos una tasa del 16,80%

**Tabla 170: Cálculo de la TMAR del inversionista**

| TMAR, tabla 159               |               |
|-------------------------------|---------------|
| Es la tasa que cobra el banco |               |
| <b>TMAR</b>                   | <b>10,85%</b> |

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

La tasa de descuento del inversionista es el costo promedio ponderado de capital, es por ello que se considera la tasa máxima de interés que cobra un banco, siendo así es el 10,85%

### 8.3 Definición y cálculo del VAN

Antes de evaluar los criterios de decisión, debemos tener en cuenta el costo de oportunidad, el cual representa el dinero, tasa de descuento o tasa mínima, que representa la rentabilidad a la que se renuncia al invertir en un determinado proyecto en lugar de invertir en proyectos alternativos, se utiliza para calcular cuánto vale el proyecto, la metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos futuros, a este valor se le resta la inversión inicial y obtenemos el Valor actual neto del proyecto.

#### Fórmula del cálculo del Van

$$\text{VAN} = \text{I.P.}_0 + (\text{FF1}/(1+i)^1) + (\text{FF2}/(1+i)^2) + (\text{FF3}/(1+i)^3) + (\text{FF4}/(1+i)^4) + (\text{FF5}/(1+i)^5)$$

Tabla 171: VAN del proyecto

| AÑOS         | FLUJO NETO DE FONDOS | VAN 16,8%           |
|--------------|----------------------|---------------------|
|              | Tabla 167            |                     |
| 0            | -\$ 61.238,96        | -\$ 61.238,96       |
| 1            | \$ 11.502,75         | \$ 9.848,25         |
| 2            | \$ 13.674,93         | \$ 10.023,96        |
| 3            | \$ 19.063,96         | \$ 11.964,22        |
| 4            | \$ 25.775,09         | \$ 13.849,33        |
| 5            | \$ 68.182,91         | \$ 31.366,16        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 76.960,69</b>  | <b>\$ 15.812,97</b> |

|       |   |                |                |
|-------|---|----------------|----------------|
| VAN 0 | = | -\$ 61.238,96  |                |
| VAN 1 | = | \$ 11.502,75 / | (1+16,80%) ^ 1 |
| VAN 1 | = | \$ 9.848,25    |                |
| VAN 2 | = | \$ 13.674,93 / | (1+16,80%) ^ 2 |
| VAN 2 | = | \$ 10.023,96   |                |
| VAN 3 | = | \$ 19.063,96 / | (1+16,80%) ^ 3 |
| VAN 3 | = | \$ 11.964,22   |                |
| VAN 4 | = | \$ 25.775,09 / | (1+16,80%) ^ 4 |
| VAN 4 | = | \$ 13.849,33   |                |
| VAN 5 | = | \$ 68.182,91 / | (1+16,80%) ^ 5 |
| VAN 5 | = | \$ 31.366,16   |                |

$$\text{VAN} = \$ 15.812,97$$

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Lorena Bautista, Jessica Jaya

Con una inversión inicial de \$ 61.238,96 y una tasa de descuento del 16,80% y aplicando la fórmula el VAN del proyecto es de \$15.812,97, por lo que se decide aceptar, ya que el  $VAN > 0$

**Tabla 172: Cálculo del VAN positivo – del proyecto**

| VAN POSITIVO |                      |                  | 0,2462                   |
|--------------|----------------------|------------------|--------------------------|
| AÑOS         | FLUJO NETO DE FONDOS | FACTOR DESCUENTO | FLUJOS NETOS DESCONTADOS |
| 0            | -\$ 61.238,96        | -                | -\$ 61.238,96            |
| 1            | \$ 11.502,75         | 0,802439         | \$ 9.230,26              |
| 2            | \$ 13.674,93         | 0,643909         | \$ 8.805,41              |
| 3            | \$ 19.063,96         | 0,516698         | \$ 9.850,31              |
| 4            | \$ 25.775,09         | 0,414619         | \$ 10.686,84             |
| 5            | \$ 68.182,91         | 0,332706         | \$ 22.684,90             |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 76.960,69</b>  |                  | <b>\$ 18,76</b>          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 173: Cálculo del VAN negativo – del proyecto**

| VAN NEGATIVO |                      |                  | 0,2464                   |
|--------------|----------------------|------------------|--------------------------|
| AÑOS         | FLUJO NETO DE FONDOS | FACTOR DESCUENTO | FLUJOS NETOS DESCONTADOS |
| 0            | -\$ 61.238,96        | -                | -\$ 61.238,96            |
| 1            | \$ 11.502,75         | 0,802311         | \$ 9.228,78              |
| 2            | \$ 13.674,93         | 0,643702         | \$ 8.802,59              |
| 3            | \$ 19.063,96         | 0,516449         | \$ 9.845,57              |
| 4            | \$ 25.775,09         | 0,414353         | \$ 10.679,98             |
| 5            | \$ 68.182,91         | 0,332440         | \$ 22.666,70             |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 76.960,69</b>  |                  | <b>-\$ 15,34</b>         |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 174: VAN del inversionista**

| AÑOS         | FLUJO NETO DE FONDOS | VAN 10,85%          |
|--------------|----------------------|---------------------|
|              | Tabla 168            |                     |
| 0            | -\$ 35.938,76        | -\$ 35.938,76       |
| 1            | \$ 106,55            | \$ 96,12            |
| 2            | \$ 2.801,26          | \$ 2.279,72         |
| 3            | \$ 8.793,81          | \$ 6.456,09         |
| 4            | \$ 25.285,92         | \$ 16.746,96        |
| 5            | \$ 68.182,91         | \$ 40.737,75        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 69.231,69</b>  | <b>\$ 30.377,89</b> |

|       |   |                |                 |
|-------|---|----------------|-----------------|
| VAN 0 | = | -\$ 35.938,76  |                 |
| VAN 1 | = | \$ 106,55 /    | $(1+10,85\%)^1$ |
| VAN 1 | = | \$ 96,12       |                 |
| VAN 2 | = | \$ 2.801,26 /  | $(1+10,85\%)^2$ |
| VAN 2 | = | \$ 2.279,72    |                 |
| VAN 3 | = | \$ 8.793,81 /  | $(1+10,85\%)^3$ |
| VAN 3 | = | \$ 6.456,09    |                 |
| VAN 4 | = | \$ 25.285,92 / | $(1+10,85\%)^4$ |
| VAN 4 | = | \$ 16.746,96   |                 |
| VAN 5 | = | \$ 68.182,91 / | $(1+10,85\%)^5$ |
| VAN 5 | = | \$ 40.737,75   |                 |

|            |          |                     |
|------------|----------|---------------------|
| <b>VAN</b> | <b>=</b> | <b>\$ 30.377,89</b> |
|------------|----------|---------------------|

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 175: Cálculo del VAN positivo – del inversionista**

| VAN POSITIVO |                      |                  |                          | 0,2742 |
|--------------|----------------------|------------------|--------------------------|--------|
| AÑOS         | FLUJO NETO DE FONDOS | FACTOR DESCUENTO | FLUJOS NETOS DESCONTADOS |        |
| 0            | -\$ 35.938,76        | -                | -\$ 35.938,76            |        |
| 1            | \$ 106,55            | 0,784806         | \$ 83,62                 |        |
| 2            | \$ 2.801,26          | 0,615921         | \$ 1.725,35              |        |
| 3            | \$ 8.793,81          | 0,483378         | \$ 4.250,74              |        |
| 4            | \$ 25.285,92         | 0,379358         | \$ 9.592,43              |        |
| 5            | \$ 68.182,91         | 0,297723         | \$ 20.299,60             |        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 69.231,69</b>  |                  | <b>\$ 12,98</b>          |        |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 176: Cálculo del VAN negativo – del inversionista**

| VAN NEGATIVO |                      |                  | 0,2744                   |
|--------------|----------------------|------------------|--------------------------|
| AÑOS         | FLUJO NETO DE FONDOS | FACTOR DESCUENTO | FLUJOS NETOS DESCONTADOS |
| 0            | -\$ 35.938,76        | -                | -\$ 35.938,76            |
| 1            | \$ 106,55            | 0,784683         | \$ 83,61                 |
| 2            | \$ 2.801,26          | 0,615727         | \$ 1.724,81              |
| 3            | \$ 8.793,81          | 0,483151         | \$ 4.248,73              |
| 4            | \$ 25.285,92         | 0,379120         | \$ 9.586,40              |
| 5            | \$ 68.182,91         | 0,297489         | \$ 20.283,68             |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 69.231,69</b>  |                  | <b>-\$ 11,52</b>         |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

El VAN mediante la aplicación de una tasa “TMAR” trae a valor actual los valores a recibir a futuro para compararlos con el valor de inversión inicial

Por ello que se requiere tener dos VAN diferentes, es decir un VAN positivo y otro VAN negativo para cada caso, posteriormente se analiza la TIR.

#### 8.4 Definición y cálculo de la TIR

“La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, o es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”<sup>8</sup>

Si el valor presente neto es positivo, esto significa que se obtiene ganancias a lo largo de los 5 años de estudio por un monto igual a la tasa de descuento aplicada, más el valor del valor presente neto.

<sup>8</sup> BACA URBINA, Gabriel, **Op. Cit.**, p.216

Si el VPN=0 solo se está ganando la tasa de descuento aplicada, ósea la TMAR, y un proyecto debería aceptarse con ese criterio, ya que se está ganado lo mínimo fijado como rendimiento.

Si el  $TIR > TMAR$  se acepta la inversión, porque el rendimiento es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión económica es rentable.

Se maneja 2 valores d1 y d2, y se determina los valores actuales netos VAN1 y VAN2

#### Formula del cálculo de la TIR

$$TIR = D2 - VAN2 \left( \frac{D2 - D1}{VAN2 - VAN1} \right)$$

#### Calculo de la TIR del proyecto puro

##### Datos:

D2: 0,2464

D1: 0,2462

VAN 1: \$ 18,76

VAN 2: \$ - 15,34

**Tabla 177: Cálculo de la TIR – proyecto puro**

$$TIR = 0,2464 - \$ 15,34 \left( \frac{0,2464 - 0,2462}{- 15,34 - 18,76} \right)$$

$$TIR = 24,63\%$$

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## Calculo de la TIR del inversionista

### Datos:

D2: 0,2744

D1: 0,2742

VAN 1: \$ 12,98

VAN 2: \$ - 11,52

**Tabla 178: Cálculo de la TIR – del inversionista**

$$\text{TIR} = 0,2744 - \frac{-\$ 11,52}{\left( \frac{0,2744 - 0,2742}{- 11,52 - 12,98} \right)}$$

$$\text{TIR} = 27,43\%$$

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 179: TIR vs. TMAR**

| TIR               |        | VS | TMAR   |
|-------------------|--------|----|--------|
| DEL PROYECTO      | 24,63% | >  | 16,80% |
| DEL INVERSIONISTA | 27,43% | >  | 10,85% |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

La TIR del proyecto es del 24,63% y una tasa de descuento del 16,80%; y la TIR del inversionista es de 27,43% con una tasa de descuento del 10,85%, es por ello que el inversionista debe aceptar por las características mencionadas anteriormente.

## 8.5 Definición y cálculo del período de recuperación del capital

Indicador que determina en que tiempo se recuperará la inversión realizada en el proyecto, se considera como un indicador financiero que permite determinar si es posible la ejecución del proyecto, para el cálculo se realiza la acumulación de los ingresos esperados.

“El PRI, es un instrumento financiero que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”. (Pymes futuro)

La inversión, es la que los socios aportan para la confirmación de la empresa “Emporium Publicidad Cía. Ltda.”

**Tabla 180: Flujo de fondos acumulado del inversionista**

| <b>AÑO</b> | <b>FLUJO DE FONDOS</b> | <b>FLUJO DE FONDOS</b> |
|------------|------------------------|------------------------|
| 0          | (\$ 35.938,76)         |                        |
| 1          | \$ 106,55              | \$ 106,55              |
| 2          | \$ 2.801,26            | \$ 2.907,81            |
| 3          | \$ 8.793,81            | \$ 11.701,61           |
| 4          | \$ 25.285,92           | \$ 36.987,54           |
| 5          | \$ 68.182,91           | \$ 105.170,45          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 181: PRI del inversionista**

| <b>AÑOS</b> | <b>MESES</b> | <b>DIAS</b> |
|-------------|--------------|-------------|
| 3           | 11           | 15          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### **Cálculo:**

Para el cálculo del PRI, se realizó de la siguiente manera:

Se procede a calcular el Costo no Recuperado, tomado el flujo de fondo del año 0, menos el flujo de fondos acumulado del año 3, esto porque este valor es el que más se aproxima al costo de inversión.

$$35.938,76 - 11.701,61 = 24.237,15 \text{ Costo no recuperado}$$

Se divide el Costo no Recuperado para el flujo de fondos del siguiente año (4), ya que el valor de inversión está entre estos 2 años.

$$24.237,15 / 25.285,92 = \mathbf{0,9585 \text{ Período de recuperación.}}$$

Se suma el período anterior al último calculado.

$$3 + 0,9585 = 3,9585 \text{ períodos/ años.}$$

El periodo de recuperación de la inversión para este proyecto y de acuerdo a los flujos de caja es de 3,9585 años.

Para calcular con exactitud el tiempo de recuperación de la inversión se procede a:

**3,9585 años**

- 3 años

$$0,9585 * 12 \text{ meses} = 11,502$$

- 11 meses

$$0,502 * 30 \text{ días} = 15,06$$

- 15 días

Con este tiempo de recuperación de la inversión, podemos verificar que tanto la inversión propia, como el crédito adquirido se pagaran en el promedio de tiempo de 3 años, se recupera lo invertido y se paga lo financiado.

## 8.6 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio, establece el volumen mínimo de ventas que debe poseer una empresa, para no obtener pérdida ni ganancia, es decir que las ventas cubran los costos totales de producción con cero utilidades” (García, Guía para elaborar y desarrollar su propia empresa, 1999, pág. 126)

El punto de equilibrio es una técnica útil, que sirve para estudiar la relación entre los costos: fijos, variables y los ingresos en un determinado tiempo.

El cálculo se lo realiza a través de la fórmula de multiproductos, en la cual se procede a determinar el margen de contribución unitario de cada producto y luego se multiplica por el porcentaje de participación de cada uno, obteniendo así el margen del contribución ponderado de cada producto, que al sumar los valores ponderados, resulta el margen de contribución ponderado total.

### 8.6.1 Margen de contribución

El margen de contribución se calcula restando el costo variable unitario del precio de venta del producto, en este caso es 63%, lo cual es bastante alto y aceptable para el inversionista, ya que indica que es rentable la producción y la venta de camisetas polo, a los precios fijados.

Formula de margen de Contribución:

$$\text{M.c.u.} = \text{P.v.u.} - \text{C.v.u.}$$

**Tabla 182: Margen de contribución**

| CONCEPTO                | AÑO 1    | AÑO 2    | AÑO 3    | AÑO 4    | AÑO 5    |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| PRECIO DE VENTA         | \$ 10,39 | \$ 10,87 | \$ 11,37 | \$ 11,90 | \$ 12,45 |
| COSTO VARIABLE UNITARIO | \$ 3,80  | \$ 3,81  | \$ 3,81  | \$ 3,82  | \$ 3,82  |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN  | \$ 6,59  | \$ 7,06  | \$ 7,56  | \$ 8,09  | \$ 8,64  |
| PORCENTAJE              | 63%      | 65%      | 66%      | 68%      | 69%      |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

a) Cálculo del punto de equilibrio por el margen de contribución:

Fórmula

- $PE = CFT/MC$

**Tabla 183: Punto de equilibrio anual en cantidades**

| DETALLE                  | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| TIPO / UNIDADES          | 15559 | 15933 | 15369 | 13514 | 13177 |
| Camisetas Bordadas 75%   | 11669 | 11949 | 11527 | 10136 | 9883  |
| Camisetas Estampadas 25% | 3890  | 3983  | 3842  | 3379  | 3294  |

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 184: Punto de equilibrio anual en dólares**

Fórmula

- $PE = CFT/MC$

| DETALLE                  | AÑO 1         | AÑO 2         | AÑO 3         | AÑO 4         | AÑO 5         |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| TIPO / DÓLARES           | \$ 161.658,49 | \$ 172.822,02 | \$ 174.816,08 | \$ 160.835,31 | \$ 164.084,76 |
| Camisetas Bordadas 75%   | \$ 121.243,87 | \$ 129.616,52 | \$ 131.112,06 | \$ 120.626,48 | \$ 123.063,57 |
| Camisetas Estampadas 25% | \$ 40.414,62  | \$ 43.205,51  | \$ 43.704,02  | \$ 40.208,83  | \$ 41.021,19  |

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Lorena Bautista, Jessica Jaya

b) Cálculo del punto de equilibrio en cantidades:

Fórmula:

$$PE (Q) = \frac{COSTOS FIJOS}{PRECIO - COSTO VARIABLE UNIT.}$$

Reemplazo:

$$PE (Q) = \frac{\$ 102.610,73}{10,39 - 3,80}$$

**Respuesta:**

|               |          |                        |
|---------------|----------|------------------------|
| <b>PE (Q)</b> | <b>=</b> | <b>15.559 UNIDADES</b> |
|---------------|----------|------------------------|

**Tabla 185: Punto de equilibrio anual en cantidades (Comprobación)**

| <b>DETALLE</b>           | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>TIPO / UNIDADES</b>   | <b>15559</b> | <b>15933</b> | <b>15369</b> | <b>13514</b> | <b>13177</b> |
| Camisetas Bordadas 75%   | 11669        | 11949        | 11527        | 10136        | 9883         |
| Camisetas Estampadas 25% | 3890         | 3983         | 3842         | 3379         | 3294         |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 186: Punto de equilibrio mensual en cantidades**

| <b>DETALLE</b>           | <b>AÑO 1</b> | <b>AÑO 2</b> | <b>AÑO 3</b> | <b>AÑO 4</b> | <b>AÑO 5</b> |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>TIPO / UNIDADES</b>   | <b>1297</b>  | <b>1328</b>  | <b>1281</b>  | <b>1126</b>  | <b>1098</b>  |
| Camisetas Bordadas 75%   | 972          | 996          | 961          | 845          | 824          |
| Camisetas Estampadas 25% | 324          | 332          | 320          | 282          | 275          |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

### c) Cálculo del punto de equilibrio en Dólares:

**Fórmula:**

|                |          |                                                                                   |
|----------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|                |          | <b>COSTO FIJO</b>                                                                 |
| <b>PE (\$)</b> | <b>=</b> | $\frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE UNIT.}}{\text{PRECIO}}}$ |

**Remplazo:**

|                |          |                                             |
|----------------|----------|---------------------------------------------|
|                |          | <b>102.610,73</b>                           |
| <b>PE (\$)</b> | <b>=</b> | $\frac{102.610,73}{1 - \frac{3,80}{10,39}}$ |

**Respuesta:**

|                |          |                      |
|----------------|----------|----------------------|
| <b>PE (\$)</b> | <b>=</b> | <b>\$ 161.658,49</b> |
|----------------|----------|----------------------|

**Tabla 187: Punto de equilibrio anual en dólares (Comprobación)**

| DETALLE                  | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>TIPO / DÓLARES</b>    | <b>\$ 161.658,49</b> | <b>\$ 172.822,02</b> | <b>\$ 174.816,08</b> | <b>\$ 160.835,31</b> | <b>\$ 164.084,76</b> |
| Camisetas Bordadas 75%   | \$ 121.243,87        | \$ 129.616,52        | \$ 131.112,06        | \$ 120.626,48        | \$ 123.063,57        |
| Camisetas Estampadas 25% | \$ 40.414,62         | \$ 43.205,51         | \$ 43.704,02         | \$ 40.208,83         | \$ 41.021,19         |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 188: Punto de equilibrio mensual en dólares**

| DETALLE                  | AÑO 1               | AÑO 2               | AÑO 3               | AÑO 4               | AÑO 5               |
|--------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>TIPO / DÓLARES</b>    | <b>\$ 13.471,54</b> | <b>\$ 14.401,84</b> | <b>\$ 14.568,01</b> | <b>\$ 13.402,94</b> | <b>\$ 13.673,73</b> |
| Camisetas Bordadas 75%   | \$ 10.103,66        | \$ 10.801,38        | \$ 10.926,00        | \$ 10.052,21        | \$ 10.255,30        |
| Camisetas Estampadas 25% | \$ 3.367,89         | \$ 3.600,46         | \$ 3.642,00         | \$ 3.350,74         | \$ 3.418,43         |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Tabla 189: Consolidado- Punto de equilibrio anual en dólares y cantidades**

| DETALLE                 | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|-------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                         | 16.491               | 17.034               | 17.577               | 18.120               | 18.662               |
| COSTOS FIJOS TOTALES    | \$ 102.610,73        | \$ 112.046,19        | \$ 116.185,26        | \$ 109.276,44        | \$ 113.807,67        |
| COSTO VARIABLE UNITARIO | \$ 3,80              | \$ 3,81              | \$ 3,81              | \$ 3,82              | \$ 3,82              |
| PRECIO VENTA            | \$ 10,39             | \$ 10,85             | \$ 11,37             | \$ 11,90             | \$ 12,45             |
| <b>P.E (UNIDADES)</b>   | <b>15559</b>         | <b>15933</b>         | <b>15369</b>         | <b>13514</b>         | <b>13177</b>         |
| <b>P.E (VALOR)</b>      | <b>\$ 161.658,49</b> | <b>\$ 172.822,02</b> | <b>\$ 174.816,08</b> | <b>\$ 160.835,31</b> | <b>\$ 164.084,76</b> |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

Luego del respectivo cálculo para todos los años, se determina al primer año que el punto de equilibrio se alcanza al vender 15.559 unidades de camisetas tipo polo, con un ingreso de \$ 161.658,49

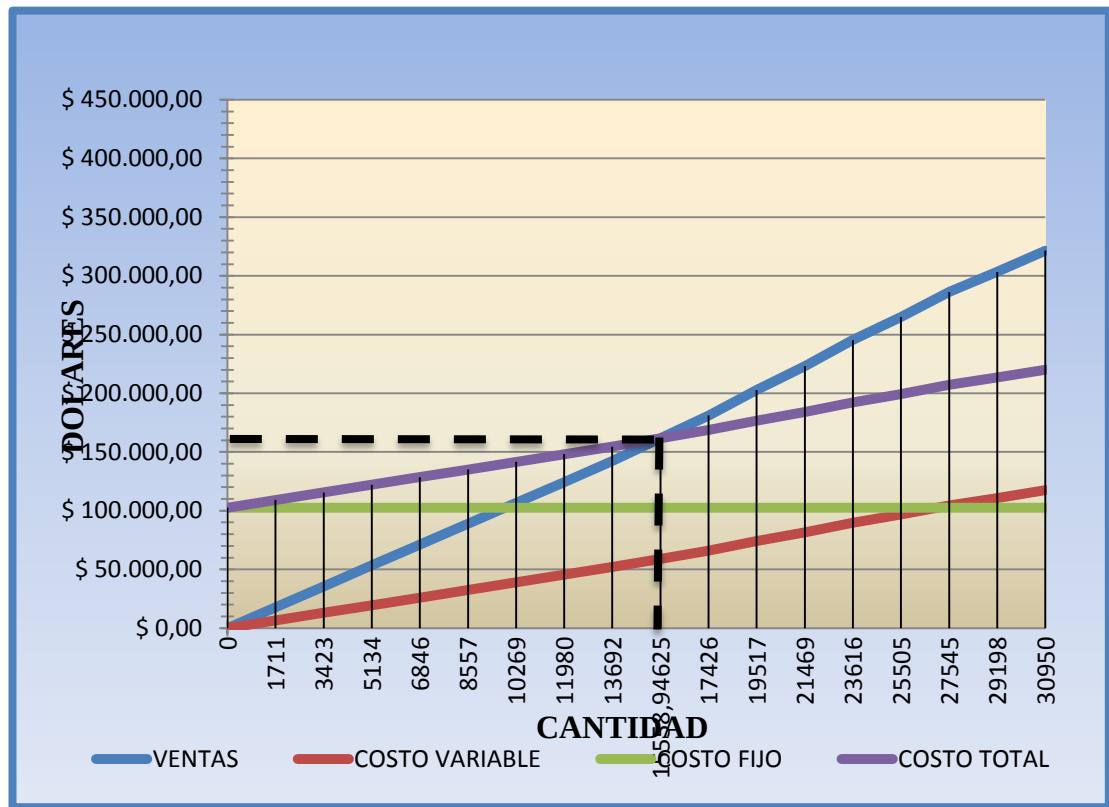
**Tabla 190: Tabla general del punto de equilibrio**

| CANTIDAD      | VENTAS            |                     | COSTO VARIABLE    |                    | COSTO FIJO          | COSTO TOTAL         | DIFERENCIA     |
|---------------|-------------------|---------------------|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------|----------------|
|               | UNITARIO PROMEDIO | TOTAL               | UNITARIO PROMEDIO | TOTAL              |                     |                     |                |
| 0             | \$10,39           | \$ 0,00             | \$ 3,80           | \$ 0,00            | \$ 102.610,73       | \$ 102.610,73       | -\$ 102.610,73 |
| 1.711         | \$10,39           | \$ 17.777,40        | \$ 3,80           | \$ 6.493,42        | \$ 102.610,73       | \$ 109.104,15       | -\$ 91.326,74  |
| 3.423         | \$10,39           | \$ 35.565,20        | \$ 3,80           | \$ 12.990,63       | \$ 102.610,73       | \$ 115.601,36       | -\$ 80.036,16  |
| 5.134         | \$10,39           | \$ 53.342,60        | \$ 3,80           | \$ 19.484,04       | \$ 102.610,73       | \$ 122.094,77       | -\$ 68.752,17  |
| 6.846         | \$10,39           | \$ 71.130,40        | \$ 3,80           | \$ 25.981,25       | \$ 102.610,73       | \$ 128.591,99       | -\$ 57.461,59  |
| 8.557         | \$10,39           | \$ 88.907,80        | \$ 3,80           | \$ 32.474,67       | \$ 102.610,73       | \$ 135.085,40       | -\$ 46.177,60  |
| 10.269        | \$10,39           | \$ 106.695,59       | \$ 3,80           | \$ 38.971,88       | \$ 102.610,73       | \$ 141.582,61       | -\$ 34.887,02  |
| 11.980        | \$10,39           | \$ 124.473,00       | \$ 3,80           | \$ 45.465,30       | \$ 102.610,73       | \$ 148.076,03       | -\$ 23.603,03  |
| 13.692        | \$10,39           | \$ 142.260,79       | \$ 3,80           | \$ 51.962,51       | \$ 102.610,73       | \$ 154.573,24       | -\$ 12.312,45  |
| <b>15.559</b> | <b>\$10,39</b>    | <b>\$161.658,49</b> | <b>\$3,80</b>     | <b>\$59.047,76</b> | <b>\$102.610,73</b> | <b>\$161.658,49</b> | <b>\$0,00</b>  |
| 17.426        | \$10,39           | \$ 181.057,30       | \$ 3,80           | \$ 66.133,41       | \$ 102.610,73       | \$ 168.744,14       | \$ 12.313,16   |
| 19.517        | \$10,39           | \$ 202.782,93       | \$ 3,80           | \$ 74.068,97       | \$ 102.610,73       | \$ 176.679,70       | \$ 26.103,23   |
| 21.469        | \$10,39           | \$ 223.064,34       | \$ 3,80           | \$ 81.477,00       | \$ 102.610,73       | \$ 184.087,73       | \$ 38.976,61   |
| 23.616        | \$10,39           | \$ 245.371,81       | \$ 3,80           | \$ 89.625,08       | \$ 102.610,73       | \$ 192.235,81       | \$ 53.136,00   |
| 25.505        | \$10,39           | \$ 264.998,65       | \$ 3,80           | \$ 96.794,03       | \$ 102.610,73       | \$ 199.404,76       | \$ 65.593,89   |
| 27.545        | \$10,39           | \$ 286.194,39       | \$ 3,80           | \$ 104.536,03      | \$ 102.610,73       | \$ 207.146,76       | \$ 79.047,62   |
| 29.198        | \$10,39           | \$ 303.369,17       | \$ 3,80           | \$ 110.809,33      | \$ 102.610,73       | \$ 213.420,06       | \$ 89.949,10   |
| 30.950        | \$10,39           | \$ 321.572,56       | \$ 3,80           | \$ 117.458,35      | \$ 102.610,73       | \$ 220.069,08       | \$ 101.503,49  |

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

**Gráfico 36: Punto de equilibrio**



**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Las empresas, sean grandes, medianas o pequeñas son las que generan parte de la riqueza en las economías de los países, y su desarrollo ya no está solo centrado en las grandes ciudades, hoy en día existe una propagación en todo nivel, con la finalidad de utilizar la mano de obra, los recursos propios de la región y con ello permitir el desarrollo económico de la zona.

En el cantón Latacunga, el sector publicitario todavía se encuentra dando sus primeros pasos y se ha visto ahogado en la crisis del olvido, porque la mayoría de gente le da importancia a las grandes ciudades en donde todo es más comercial y existe mayor competencia para desarrollarse.

Con la investigación de mercado se puede determinar que producto tendrá mayor acogida en el cantón, siendo así las camisetas tipo polo representan el producto que nosotros vamos a producir y comercializar dentro del nuestro mercado objetivo.

La producción de nuestras camisetas tipo polo se elaboraran con telas e insumos de la más alta calidad y con mano de obra calificada, recalcando que la exclusividad en prendas será nuestro valor agregado, el cliente propone el diseño/logo y nosotros lo elaboramos, con esto cumplimos los gustos y requerimientos del consumidor y brindando garantía y diferencia.

La localización de la planta productora y comercializadora se ubica en una zona estratégicamente comercial, en donde se ubican la mayoría de empresas, oficinas e

instituciones del cual forman parte de nuestro mercado meta, con esto estaremos brindando asesoría y servicio oportuno sobre nuestros productos.

El precio del bien del producto es competitivo frente a la competencia, pues los precios se han determinado en función de los costos de producción, agregando el porcentaje de utilidad, esto permite tener rentabilidad de la empresa en el mercado.

La maquinaria que se adquirió cumple con los estándares de la última tecnología, son marcas reconocidas a nivel mundial, que cuenta con una importadora directa en el cantón Latacunga, las cuales cumplen con los objetivos propuestos en el proceso productivo.

El presente proyecto se emprende al verificar que la población ya no quiere productos estandarizados todos iguales, busca productos innovadores que se diferencien entre si y que les permita identificarse con el lugar de estudio o de trabajo y además surge de la necesidad de la población de tener una empresa cerca, ya que esto abarataría el transporte y disminuye el tiempo de entrega al querer adquirir de otra ciudad.

La zona en la vamos a estar ubicados, está cerca de bancos, escuelas, colegios, empresas de bienes y servicios, en fin estamos en una zona estratégicamente accesible para todos, está por inaugurarse el nuevo centro comercial del Río, que está a 5 min de nuestra ubicación, este también representa nuestros clientes potenciales.

Con la creación e implantación de este estudio de proyecto, se puede generar puestos de trabajo en el cantón Latacunga, apoyando a la economía nacional y apremiando el emprendimiento nacional con la prestación tanto de calidad de productos como de trabajadores.

Con el promedio de la inflación de los últimos 3 años, se determina el factor de crecimiento considerado para nuestras proyecciones, es así, que todos los requerimientos están proyectados con esta tasa desde su origen.

La inversión total del proyecto es de \$ 61.238,96 el mismo que tiene una distribución como sigue: el 58,69 % es capital de los accionistas y el 41,31 % es un préstamo adquirido a la C.F.N. a una tasa del 10,85% de interés con un plazo de pago de 3 años.

El punto de equilibrio de la empresa en el primer año de operación debe generar un ingreso mínimo anual de \$ 161.658,49 con la producción mínima de 15.559 unidades de camisetas tipo polo con publicidad POP, lo cual significa que en este punto es donde se cubren todos los costos totales y se empieza a tener ganancias

La evaluación financiera para el proyecto puro determino un VAN de \$ 15.812,97 con una TIR del 24,63% misma que es superior a la TMAR fijada en 16,80%; mientras que por el lado del inversionista tenemos un VAN de \$ 30.377,89 una TIR del 27,43% que es superior a la TMAR con 10,85%, las inversiones se recuperan a partir del primer año de trabajo, lo cual demuestra que el proyecto es viable y rentable.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda no incrementar personal administrativo ni operativo durante los tres primeros años, ya que la utilidad neta que tenemos en el estado de resultados proyectado se refleja una utilidad muy baja que no permite tener gastos extras.

El mercado es muy cambiante, por eso debemos tener una cercanía al mercado ya que la moda o tendencia de ropa suele cambiar con mucha frecuencia.

Mantener un listado de proveedores cercanos al Cantón de Latacunga ya que los pedidos de materia prima podrían ser urgentes, y nosotros debemos atender nuestra demanda de manera eficiente, eficaz y efectiva.

Dar seguimiento a nuestros clientes para tratar de fidelizar nuestro mercado meta, de igual manera se compensará con mayor flexibilidad en la forma de pago pero será de un determinado tiempo.

Entrenar a nuestros operarios antes de su manejo en las máquinas de nuestra planta de producción para evitar daños o averías durante el proceso de elaboración de las camisetas polo.

Especializarnos como empresa en nuestro mercado, para dar una excelente asesoría y servicio a nuestros clientes.

De acuerdo a nuestra demanda e ingresos monetarios, después de unos años aumentar personal de ventas para que el jefe de ventas se especialice en búsqueda de más mercado ya sea en Latacunga o sus alrededores.

Dar seguimiento a nuestros clientes que más adquisiciones de nuestros productos tienen durante el lapso de un año, para que se de incentivos hasta fidelizarlos, y mantener contratos fijos.

Conforme a la incursión que tenga el proyecto en el mercado se diversificará la línea de nuestros productos.

Mantener contratos de arrendamiento de largo plazo ya que esto nos asegura la producción y comercialización de nuestros productos.

Dar una buena imagen como empresa para que seamos recomendados entre las mismas empresas o instituciones educativas que requieren de nuestro servicio.

Al inicio de las actividades de Emporium Publicidad Cía. Ltda., realizar publicidad masiva y continua para captar la atención de clientes potenciales y los mismos decidan adquirir nuestras camisetas tipo polo para que de una manera diferente hagan publicidad de sus empresas comerciales o instituciones educativas en Latacunga.

Dar un excelente ambiente laboral, seguro para nuestros empleados con el fin de mantener un índice bajo de rotación del personal.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Barreno, L. (2000). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión privada y pública*. Ecuador: Cedempresarial Consultores.
- BCE. (2012). *Inflación*. Quito.
- Ceron, E. (16 de 09 de 2005). Eve Ceron Coordinadora de marketing de la UTE. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Echeverría, C. (2007). Folleto de muestreo. Quito, Pichincha, Ecuador: Escuela Politécnica Nacional.
- ElComercio. (16 de 09 de 2005). *Negocios El Comercio*. Recuperado el 16 de 10 de 2011, de [http://www.elcomercio.com/negocios/afiches-exhibidores-mayores-motivadores-consumo\\_0\\_1133900168.html](http://www.elcomercio.com/negocios/afiches-exhibidores-mayores-motivadores-consumo_0_1133900168.html)
- Finanzas. (s.f.). Obtenido de <http://finanzas.com/idglo.8610...id.O/>
- Frank, R. (1992). *Microeconomía y conducta*. España: Mc Graw Hill.
- García, G. (1999). *Guía para elaborar y desarrollar su propia empresa*. Ecuador: FBT.
- García, G. (2006). *Guía para elaborar plan de negocios*.
- Gutierrez, P. (2005). *Diccionario de la Publicidad*. España: Complutense Cía. Ltda. .
- Hernández, A. (2005). *Formulación y Evaluación de proyectos*. México: Ecafsa.
- Hernández, L. (2010). *Texto de gestión empresarial*. Colombia: Fitec.
- INEC. (23 de 06 de 2012). Estadísticas Sectoriales. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador.
- Kinnear, & Taylor. (1998). *Investigación de Mercados*. México: Mc Graw Hill.
- MEC. (12 de 06 de 2012). Instituciones Educativas- Cantón Latacunga. (J. J. Lorena Bautista, Entrevistador)
- Microsoft Encarta. (2006).
- Miranda, J. J. (2003). *gestión de proyectos*. Colombia: MM.
- Naciones Unidas. (1979). Manual de proyecto de desarrollo económico., (pág. 264). México
- Programas de financiamiento. (05 de 2011). *Emprendedor de éxito*. Recuperado el 12 de 07 de 2012, de <http://revistaemprendedordeexito.blogspot.com>
- Pymes futuro. (s.f.). Obtenido de [www.pymesfuturo.com/pri](http://www.pymesfuturo.com/pri)

- Real, X., & Toapanta, M. (2010). *Gasto en publicidad como determinante de las ventas en el sector comercio al por mayor y menor*. Latacunga: Escuela Politécnica Nacional.
- Sapag, C. (2007). *Proyecto de inversión formulación y evaluación*. México: Pearson Educación de México Cía Ltda.
- Sastres, & Modistas. (s.f.). *Pequeña empresa latacungeña*. Cotopaxi, Ecuador: Gremio Unión y Progreso.
- Sisk, H. (1973). *Management and Organization*. Ohio, Cincinnati, Estados Unidos: South wester publishing.
- Stanton, W. (2000). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.
- Supercías. (18 de 06 de 2012). *Empresas registradas*. (J. J. Lorena Bautista, Entrevistador)
- The free dictionary. (s.f.). Obtenido de [es.thefreedictionary.com/emporium](http://es.thefreedictionary.com/emporium)
- The free dictionary. (s.f.). Obtenido de [es.thereedictionary.com/mporium](http://es.thereedictionary.com/mporium)
- Wikipedia. (s.f.). *Tipos de muestreo*. Recuperado el 25 de 10 de 2012, de [es.wikipedia.org/wiki/Muestreo\\_en\\_estadística](http://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_en_estadística)
- Zapata, P. (2004). *Contabilidad general*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Zapata, P. (2007). *Contabilidad de Costos*. Colombia, Colombia: Mc Graw Hill.

## ANEXOS

### Anexo 1: Número de empresas por actividad económica en el cantón Latacunga

| CIU | PROVINCIA POR CANTÓN                                                                      | TOTAL        |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
|     | <i>Latacunga</i>                                                                          | ABSOLUTO     |
|     | <b>TOTAL</b>                                                                              | <b>6.124</b> |
| A   | Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.                                             | 4            |
| C   | Industrias manufactureras.                                                                | 861          |
| D   | Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.                              | 1            |
| E   | Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.   | 1            |
| F   | Construcción.                                                                             | 12           |
| G   | Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas. | 3.079        |
| H   | Transporte y almacenamiento.                                                              | 49           |
| I   | Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.                                      | 618          |
| J   | Información y comunicación.                                                               | 293          |
| K   | Actividades financieras y de seguros.                                                     | 31           |
| L   | Actividades inmobiliarias.                                                                | 1            |
| M   | Actividades profesionales, científicas y técnicas.                                        | 244          |
| N   | Actividades de servicios administrativos y de apoyo.                                      | 90           |
| O   | Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.   | 38           |
| P   | Enseñanza.                                                                                | 123          |
| Q   | Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.                        | 174          |
| R   | Artes, entretenimiento y recreación.                                                      | 46           |
| S   | Otras actividades de servicios.                                                           | 459          |

**Fuente:** Censo Nacional Económico 2009

**Elaborador:** Unidad de Procesamiento de la Subdirección General del INEC

**ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS POR TIPO DE  
ESTABLECIMIENTO Y POR ACTIVIDAD PRINCIPAL- 2009**

|   | <b>CANTON LATACUNGA</b>                                                 | <b>TOTAL</b> | <b>ÚNICO</b> | <b>MATRIZ /<br/>ADMINISTRACIÓN<br/>CENTRAL</b> |
|---|-------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|------------------------------------------------|
|   | <b>TOTAL</b>                                                            | <b>6124</b>  | <b>5975</b>  | <b>149</b>                                     |
| A | Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.                           | 4            | 4            | 0                                              |
| C | Industrias manufactureras.                                              | 861          | 835          | 26                                             |
| D | Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.            | 1            | 1            | 0                                              |
| E | Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades | 1            | 1            | 0                                              |
| F | Construcción.                                                           | 12           | 12           | 0                                              |
| G | Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos           | 3079         | 2994         | 85                                             |
| H | Transporte y almacenamiento.                                            | 49           | 48           | 1                                              |
| I | Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.                    | 618          | 612          | 6                                              |
| J | Información y comunicación.                                             | 293          | 290          | 3                                              |
| K | Actividades financieras y de seguros.                                   | 31           | 20           | 11                                             |
| L | Actividades inmobiliarias.                                              | 1            | 1            | 0                                              |
| M | Actividades profesionales, científicas y técnicas.                      | 244          | 241          | 3                                              |
| N | Actividades de servicios administrativos y de apoyo.                    | 90           | 89           | 1                                              |
| O | Administración pública y defensa; planes de seguridad social de         | 38           | 38           | 0                                              |
| P | Enseñanza.                                                              | 123          | 119          | 4                                              |
| Q | Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.      | 174          | 172          | 2                                              |
| R | Artes, entretenimiento y recreación.                                    | 46           | 46           | 0                                              |
| S | Otras actividades de servicios.                                         | 459          | 452          | 7                                              |

**Fuente:** Censo Nacional Económico 2009

**Elaborador por:** Unidad de Procesamiento de la Subdirección General del INEC

## Anexo 2: Formato y diseño de la encuesta No. 1

**Objetivo:** Conocer las preferencias de las empresas e instituciones educativas en la adquisición de material publicitario POP, en el Cantón Latacunga.

### Información general

Empresa ☐ Institución educativa ☐

### Tipo de empresa

Comercio ☐ Manufactura ☐ Servicios ☐ Otros ☐

Nombre de la institución.....

Cargo.....

### Información específica

**Instrucciones:** Para cada pregunta marque con una X la(s) alternativa(s) que mejor describa su actitud. Solicito conteste con toda libertad.

1. ¿Conoce usted que es material publicitario POP (Estrategia en el punto de venta)?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Conoce usted empresas dedicadas a producir y comercializar material publicitario POP (Estrategia en el punto de venta) en la ciudad de Latacunga?

Sí ☐ No ☐

**Nota:** Si su respuesta es NO, por favor continúe con la pregunta # 9

3. ¿La empresa o institución para la que usted presta sus servicios, adquiere los productos publicitarios POP o servicios de estas empresas?

Sí ☐

No ☐

**Nota: Si su respuesta es NO, por favor continúe con la pregunta # 9**

- 4. ¿Conoce usted si la empresa o institución para la cual presta sus servicios mantiene alguna estrategia de publicidad sobre los productos o servicios que ofrece?**

Sí ☐

No ☐

- 5. ¿Qué material publicitario han solicitado o adquirido a estas empresas?**

a) Camisetas ☐

b) Hojas volantes ☐

c) Esferos ☐

d) Llaveros ☐

e) Jarros ☐

f) Gorras ☐

g) Calendarios ☐

h) Otros (Especifique) ☐ \_\_\_\_\_

- 6. ¿Estuvo satisfecha su empresa con el bien o servicio de publicidad POP recibido?**

Sí ☐

No ☐

- 7. ¿Con qué frecuencia utiliza publicidad para promocionar su institución o empresa?**

a) Menos de una vez al mes ☐

b) Una vez al mes ☐

c) Cada tres meses ☐

d) Cada seis meses ☐

e) Cada año ☐

- 8. ¿Cuál fue el monto anual destinado a los bienes o servicios que recibió de la empresa de publicidad?**

- a) Menos de \$200.00 dólares ☐
- b) De \$201.00 a \$500.00 ☐
- c) De \$ 501.00 a \$700.00 ☐
- d) De \$700.00 a más ☐

9. ¿Su empresa o institución estaría interesada en contratar bienes o servicios de una empresa comercializadora de material publicitario POP aquí en Latacunga?

Sí ☐

No ☐

10. ¿Cuáles son las características por las que su empresa accedería a los productos y servicios de una empresa de material POP?

- a) Precios ☐
- b) Calidad ☐
- c) Presentación de publicidad nítida ☐
- d) Efectividad en ventas ☐
- e) Manejo de Diseño ☐
- f) Garantía de los servicios ☐
- g) Cumplimiento en el tiempo requerido ☐

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos y servicios de publicidad que le ofrecería la nueva empresa?

- a) Menos de \$500.00 dólares ☐
- b) De \$501.00 a \$1000.00 ☐
- c) De \$ 1001.00 a \$1500.00 ☐
- d) De \$1500 a más ☐

12. Mediante ¿qué medios publicitarios le gustaría enterarse de los bienes o servicios de este tipo de empresas?

- a) Vallas ☐
- b) Prensa escrita ☐
- c) Internet ☐
- d) Publicidad móvil ☐

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 3: La Inversión publicitaria en el país está creciendo.

# El mercado publicitario está creciendo

### INDUSTRIA

**En el país hay 974 establecimientos de publicidad. Apesar que el mundo va hacia lo virtual, el país sigue apostando por los medios tradicionales.**

Flori Lavedra, Redactora  
guayaquil@elcomercio.com

La publicidad en Ecuador sigue anclada a la televisión, producto del impacto que tienen las imágenes en los consumidores.

Para David Orbea, experto en Marketing y Publicidad, la televisión sigue captando la mayor parte del pastel publicitario porque tiene más impacto visual y auditivo. "El alcance que tiene y sus características gana a la radio, ya que todos la ven".

La publicidad de la radio es más dirigida a los conductores de vehículos particulares y públicos

como buses o taxis, dice Orbea. En cambio, la televisión abarca a más personas.

Según el sistema de Monitoreo de Infomedia, en el 2009, la inversión publicitaria, sin incluir las instituciones públicas, llegó a USD 266,2 millones. Al año siguiente creció un 9% y mantuvo esa tendencia el año pasado al llegar a USD 308,9 millones.

Las previsiones para el presente año son positivas, ya que en el primer semestre de este año ya bordean los USD 181 millones.

El año pasado, la inversión publicitaria en televisión representó el 84,2% del total, seguido por los diarios (8,8%), la radio (5,4%) y las revistas (1,6%), según Ecuador Overview 2012, última publicación de Ipsa Group Latin America, ahora Nielsen.

El mexicano Esteban Sacco, director General Creativo Young & Rubicam, cree que el gran reto para la publicidad es que sea entretenimiento. "Como una historia que atraiga a la gente".

Bejarano agrega que la publicidad debe hacer que "el consumidor no se vaya a hacer algo en los



Agencias. En el 2011 se registraron 974 establecimientos de publicidad, según el INEC.

cortes comerciales, sino que se quede frente al televisor".

Diego Pendorino, directivo de la agencia Rivas & Herrera, cuenta que su firma apuesta al 'consumer insights' para acercarse al consumidor. Con esta herramienta se descubren los comportamientos, deseos conscientes e inconscientes del consumidor.

Pero eso también requiere de mucha observación en la calle, donde también se puede analizar el comportamiento de la gente.

El mercado de la publicidad es muy competitivo en el país. Hasta el 2010 se registraron 974 establecimientos de publicidad, según el Censo Económico del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Del otro lado, los anunciantes son variados, pero cada vez adquieren un mayor peso las instituciones públicas, indica Eduardo Maruri, presidente de la agencia que lleva su apellido. "Esta participación no perjudica a la indus-

## Lo digital no se desarrolla

La publicidad digital en el país no está siendo explotada, afirman expertos. Para ellos, esto se debe al poco acceso a la tecnología, limitados recursos económicos y la percepción de las marcas sobre los beneficios de la Internet.

Pese a ello, las agencias han desarrollado productos para las nuevas plataformas tecnológicas. En el 2011, el área digital de Maruri obtuvo el Códor de Oro en la categoría Internet. La obra consistió en el desarrollo de un 'fan page' en Facebook. Este año no se premió a ningún trabajo.

La publicidad consistió en una aplicación para reconocer en las fotos el porcentaje de repetición de las prendas de vestir de la firma Buggatti. En un mes, más de 2.800 personas usaron la página y las ventas aumentaron un 57%, según datos de la firma.

Cristina Bejarano, directora de Comunicación y Publicidad de la Universidad Casa Grande (UCG), explica que la publicidad digital está muy incipiente en el país. "Todavía no tienen mucha noción de su potencial".

Según ella, aún se piensa que la Internet es un medio donde se sube la publicidad física a una página web, pero no es así. "Lo que ahora se hace a escala mundial es integrar a los usuarios a la parte virtual, a partir de plataformas interactivas, al mundo real".

Eduardo Maruri, presidente de Maruri, señala que en los últimos cuatro años la publicidad digital ha estado creciendo en su firma. Cerca del 20% de los trabajos de la agencia publicitaria Maruri es digital con las firmas: La Fabril, Conlítica, Banco Internacional, Tony Nirsá, entre otras.

**Fuente:** Grupo Infomedia- 2012

**Elaborador por:** Grupo El Comercio

#### Anexo 4: Precios de observación de la competencia

| PRECIOS COMPETENCIA DIRECTA       |                           |                            |                            |                             |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| EMPRESA                           | PRECIO<br>UNIT.<br>PIQUET | PRECIO<br>DOCENA<br>PIQUET | PRECIO<br>UNIT.<br>ALGODÓN | PRECIO<br>DOCENA<br>ALGODÓN |
| Camisetasport                     | 12,5                      | 150                        | 12,50                      | 150                         |
| Casa Deportiva Rhino's Sport      | 11,5                      | 138                        | 11,50                      | 138                         |
| Mateo Sport                       | 11,5                      | 138                        | 11,00                      | 132                         |
| Christian Sport                   | 11,5                      | 138                        | 11,20                      | 134,4                       |
| Creaciones Deportivas Diman Sport | 12,5                      | 150                        | 11,70                      | 140,4                       |
| Confecciones Verito               | 11,5                      | 138                        | 11,00                      | 132                         |
| Confecciones Deportivas           | 13,5                      | 162                        | 13,00                      | 156                         |
| PRECIO PROMEDIO                   | 12,07                     |                            | 11,70                      |                             |
| PRECIOS COMPETENCIA INDIRECTA     |                           |                            |                            |                             |
| EMPRESA                           | PRECIO<br>UNIT.<br>PIQUET | PRECIO<br>DOCENA<br>PIQUET | PRECIO<br>UNIT.<br>ALGODÓN | PRECIO<br>DOCENA<br>ALGODÓN |
| Casa Valeriana                    | 22                        | 264                        | 25                         | 300                         |
| Rosy Boutique                     | 20                        | 240                        | 18                         | 216                         |
| Gama Sport                        | 23                        | 276                        | 22                         | 264                         |
| Arte y confecciones Anita         | 23,5                      | 282                        | 21                         | 252                         |
| PRECIO PROMEDIO                   | 22,13                     |                            | 21,5                       |                             |

**Fuente:** Trabajo de campo/ observación

**Elaborador por:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

## **Anexo 5: Formato de encuesta No. 2**

**Objetivo:** Conocer las preferencias por el tipo camisetas polo que las empresas e instituciones educativas solicitan al momento de su adquisición.

### **Información general**

**Empresa** ☐ **Institución educativa** ☐

**Nombre de la institución.....**

**Instrucciones:** La encuesta consta de una pregunta, con dos opciones de posibles respuestas, se recomienda que marque con una X la(s) alternativa(s) que mejor describa su actitud. Solicito conteste con toda libertad.

**¿Cuándo solicita camiseta polo, cuál de las siguientes opciones prefiere que le elaboren?**

**Camisetas bordadas en tela piqué** ☐

**Camisetas estampadas en tela algodón** ☐

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## RESULTADO DE LA ENCUESTA

| EMPRESAS E INSTITUCIONES EDUCATIVAS | CAM. BORDADAS | CAM. ESTAMPADAS | NOMBRES DE LAS EMPRESAS                  | DIRECCIÓN                               | TELÉFONO   |
|-------------------------------------|---------------|-----------------|------------------------------------------|-----------------------------------------|------------|
|                                     | TELA PIQUÉ    | TELA ALGODÓN    |                                          |                                         |            |
| 1                                   | X             |                 | EMBOTELLADORA SAN FELIPE                 | Puente Río Pumacunchi                   | 03-2814131 |
| 2                                   |               | X               | COMERCIAL SÁNCHEZ                        | Av. Eloy Alfaro 79323                   | 03-2802090 |
| 3                                   |               | X               | AVIS RENT A CAR                          | Av. Amazonas (Interior aeropuerto)      | 03-2660648 |
| 4                                   | X             |                 | COMPLEJO TURÍSTICO CARIBE                | Gral. Proaño/sector San Martín          | 03-2808904 |
| 5                                   | X             |                 | CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PEQUEÑITOS | José María Urbina y Antonio Borrero     | 03-2809860 |
| 6                                   | X             |                 | CLÍNICA CHICAIZA                         | Cdla Mario Mogollón                     | 03-2807312 |
| 7                                   | X             |                 | EMBUTIDOS LA MADRILEÑA                   | Panamericana Sur km. 3.5                | 03-2806869 |
| 8                                   |               | X               | EMBUTIDOS CASA GUILLO                    | Panamericana Norte km. 20               | 03-2719202 |
| 9                                   | X             |                 | GASOLINERA EL FOGÓN                      | Av. Unidad Nacional                     | 03-2813356 |
| 10                                  | X             |                 | FERRETERÍA SANSUR                        | Quijano y Ordoñez 1-134                 | 03-2813640 |
| 11                                  | X             |                 | EMBOTELLADORA IMPERIAL                   | Av. 5 de Junio                          | 03-2800707 |
| 12                                  | X             |                 | INMOBILIARIA ROMERO NARANJO              | Quito 6424 y Atahualpa                  | 03-2809260 |
| 13                                  |               | X               | JARDÍN DE INFANTES MARÍA MONTESORI       | Tarqui y Vela                           | 03-2813610 |
| 14                                  | X             |                 | AGLOMERADOS COTOPAXI                     | Panamericana norte km. 21               | 03-2719215 |
| 15                                  | X             |                 | LA GACETA                                | Quijano Ordoñez 4-79 y Gral. Maldonado  | 03-2811142 |
| 16                                  | X             |                 | AGRIPAC S.A.                             | Amazonas y Antonio José de Sucre        | 03-2812465 |
| 17                                  | X             |                 | NARCIS SUPERMERCADOS                     | Av. Unidad Nacional y Tomas de Berlanga | 03-2805920 |
| 18                                  |               | X               | TRAMACO EXPRESS                          | Guayaquil 519 y Quito                   | 03-2806850 |
| 19                                  | X             |                 | COLEGIO LA SALLE                         | Parque Bolívar                          | 03-2801333 |
| 20                                  | X             |                 | COLEGIO NACIONAL JUAN ABEL ECHEVERRÍA    | Av. Simón Rodríguez                     | 03-2271208 |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>15</b>     | <b>5</b>        |                                          |                                         |            |

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado:** Lorena Bautista, Jessica Jaya

