

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 FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA CON DISEÑOS MODERNOS EN LA CIUDAD DE QUITO.

AUTORAS:

LINDA LESLY CASTILLO CAMPOS

EVELYN JACQUELINE ENRIQUEZ HERNANDEZ

DIRECTOR:

ING. SANTIAGO VALLADARES

QUITO, enero del 2013

Declaración de Autoría

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de las autoras: Linda Lesly Castillo Campos y Evelyn Jacqueline Enriquez Hernández.

Quito, enero del 2013

(f) _____

Linda Castillo

1721672754

(f) _____

Evelyn Enriquez

1719350769

Dedicatoria

A Dios que gracias a él fue posible culminar con este trabajo de Tesis; a nuestros padres por su amor, y apoyo incondicional. Al Ing. Santiago Valladares Director de Tesis por su paciencia y colaboración. A todos quienes hicieron posible la elaboración de este trabajo investigativo.



ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Introducción | 1 |
| CAPÍTULO I: EL PROBLEMA | 4 |
| 1.1 Resumen del proyecto | 4 |
| 1.2 Antecedentes | 5 |
| 1.3 Análisis Situacional | 6 |
| 1.3.1. Análisis de los factores del macro ambiente..... | 6 |
| 1.3.2. Factores políticos y legales | 7 |
| 1.3.3. Factores económicos..... | 8 |
| 1.3.4. Análisis Del PIB | 10 |
| 1.3.5. Análisis de la confianza empresarial | 15 |
| 1.3.6. Análisis laboral | 15 |
| 1.3.8. Exportaciones..... | 20 |
| 1.3.9. Importaciones..... | 23 |
| 1.3.10. Análisis de los ingresos por familia..... | 32 |
| 1.3.11. Análisis PEST | 36 |
| 1.3.12. Análisis de los factores del micro ambiente | 41 |
| 1.4 Justificación..... | 44 |
| 1.5 Problema de investigación..... | 45 |
| 1.5.1. Definición del problema | 45 |
| 1.6 Objetivos | 46 |
| 1.6.1 Objetivo General..... | 46 |
| 1.6.2 Objetivos Específicos | 46 |
| 1.7 Beneficiarios de la propuesta de intervención..... | 47 |
| 1.8 Fundamentación teórica del proyecto..... | 48 |
| 1.8.1 Parte I – Términos a usarse..... | 48 |

| | |
|--|------------|
| 1.8.2Parte II – Fundamentación teórica | 49 |
| CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO | 52 |
| 2.1. Introducción al estudio de mercado..... | 52 |
| 2.1.1. Objetivo del estudio de mercado | 52 |
| 2.1.2. Definición de los productos del proyecto..... | 53 |
| 2.1.3. Perfil del consumidor | 68 |
| 2.4. Demanda actual e histórica..... | 68 |
| 2.4.1. Área de mercado | 68 |
| 2.4.2. Investigación de mercado | 69 |
| 2.4.3. Segmentación del mercado | 69 |
| 2.4.4. Tamaño de la muestra | 70 |
| 2.4.5. Prueba piloto | 71 |
| 2.4.6. Las técnicas del muestreo | 72 |
| 2.4.7. Tamaño del universo..... | 73 |
| 2.4.8. Determinación del tamaño de la muestra..... | 73 |
| 2.4.10. Demanda actual objetiva..... | 93 |
| 2.5. Demanda insatisfecha..... | 93 |
| 2.6. La oferta | 100 |
| CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO | 111 |
| 3.1 Localización | 111 |
| 3.2. Distribución de la planta..... | 115 |
| 3.3. Tamaño de la unidad productiva | 116 |
| 3.3.1. Capacidad del proyecto..... | 116 |
| 3.3.2. Factores condicionantes del tamaño del proyecto | 118 |
| 3.4. Ingeniería del proyecto | 119 |
| 3.4.1 Maquinaria y equipo | 119 |

| | |
|--|------------|
| 3.4.2. Edificios e infraestructura..... | 123 |
| 3.4.3. Costos de operación: mantenimiento y reparación | 123 |
| 3.4.4. Distribución en planta..... | 124 |
| 3.5. Ingeniería del producto | 150 |
| CAPÍTULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO | 160 |
| 4.1. Objetivo | 160 |
| 4.2. Inversiones totales | 160 |
| 4.2.1. Capital de trabajo | 162 |
| 4.3 Inversión inicial del proyecto | 163 |
| 4.4. Estimación de costos y gastos del proyecto..... | 164 |
| 4.4.1. Depreciaciones..... | 168 |
| 4.4.2. Gastos administrativos y de ventas..... | 171 |
| 4.5 Financiamiento | 174 |
| 4.6. Financiamiento del proyecto | 174 |
| 4.8. Costo unitario | 178 |
| 4.9. Precio de venta | 178 |
| 4.10. Ingresos | 180 |
| 4.11. Punto de equilibrio | 180 |
| 4.12. Estados financieros proyectados..... | 182 |
| 4.13. Estado de pérdida y ganancia. | 184 |
| 4.14. Flujo de caja proyectado..... | 185 |
| CAPÍTULO V: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO..... | 187 |
| 5.1. Objetivo | 187 |
| 5.2. Criterio a evaluar. | 187 |
| 5.2.1. Costo Promedio Ponderado de Capital (TMAR)..... | 187 |
| 5.2.2. Valor Actual..... | 188 |

| | |
|--|-----|
| 5.2.3. Tasa interna de retorno | 188 |
| 5.2.4. Relación costo / beneficio..... | 190 |
| 5.2.5Periodo de recuperación del capital. | 191 |
| Conclusiones | 192 |
| Recomendaciones..... | 193 |
| Bibliografía | 194 |
| Anexos | 198 |



Índice de tablas

| | | |
|----------|--|-----|
| Tabla 1 | Problemática del sector textil para convertirse en un sector competitivo | 8 |
| Tabla 2 | Tasa de variación de PIB según tipo de producto | 14 |
| Tabla 3 | Comportamiento de las exportaciones | 19 |
| Tabla 4 | Comportamiento de las importaciones | 22 |
| Tabla 5 | Balanza Comercial | 24 |
| Tabla 6 | Tasas de interés diciembre | 25 |
| Tabla 7 | Diez artículos de mayor incidencia | 31 |
| Tabla 8 | Diez artículos de menor incidencia | 31 |
| Tabla 9 | Evolución de salario | 33 |
| Tabla 10 | Matriz resumen de análisis PEST | 35 |
| Tabla 11 | Matriz de análisis del macro ambiente | 39 |
| Tabla 12 | Población de la ciudad de Quito por género | 68 |
| Tabla 13 | Población de la ciudad de Quito por género y edad | 74 |
| Tabla 14 | Marcas de ropa deportiva. | 78 |
| Tabla 15 | Conformidad con la calidad en las prendas de ropa deportiva | 79 |
| Tabla 16 | Conformidad con los diseños en las prendas de ropa deportiva. | 80 |
| Tabla 17 | Beneficios que la encuestada busca en sus prendas deportivas. | 81 |
| Tabla 18 | Practica algún deporte | 82 |
| Tabla 19 | Tipo de deporte que practica el encuestado. | 83 |
| Tabla 20 | Lugar donde el encuestado adquiere su ropa deportiva | 84 |
| Tabla 21 | Precio a pagar por la ropa deportiva | 85 |
| Tabla 22 | Frecuencia de compra de ropa deportiva | 86 |
| Tabla 23 | Aceptación de la empresa | 87 |
| Tabla 24 | Población de la ciudad de Quito por género | 88 |
| Tabla 25 | Análisis de la encuesta | 89 |
| Tabla 26 | Mercado objetivo | 90 |
| Tabla 27 | Mercado objetivo a través de encuestas | 91 |
| Tabla 28 | Consumo per cápita | 91 |
| Tabla 29 | Demanda futura | 92 |
| Tabla 30 | Producción nacional textil al 2008 | 93 |
| Tabla 31 | Importaciones de conjuntos deportivos año 2011 | 94 |
| Tabla 32 | Oferta futura | 95 |
| Tabla 33 | Demanda insatisfecha | 95 |
| Tabla 34 | Matriz de análisis de mercado. | 97 |
| Tabla 35 | Matriz de micro localización | 110 |

| | | |
|----------|---|-----|
| Tabla 36 | Capacidad de producción del proyecto del año 1 al año 4 | 113 |
| Tabla 37 | Capacidad de producción del proyecto del año 5 | 113 |
| Tabla 38 | Capacidad de producción de la empresa | 114 |
| Tabla 39 | Porcentaje de la demanda | 114 |
| Tabla 40 | Requerimiento de máquina overlock | 116 |
| Tabla 41 | Requerimiento máquina recta | 117 |
| Tabla 42 | Requerimiento de máquina recubridora | 118 |
| Tabla 43 | Requerimiento de máquina cortadora | 119 |
| Tabla 44 | Requerimiento de máquina elasticadora | 120 |
| Tabla 45 | Requerimiento de plancha transfer | 120 |
| Tabla 46 | Proveedores máquinas | 121 |
| Tabla 47 | Costos de inversión | 121 |
| Tabla 48 | Seguros de máquina | 122 |
| Tabla 49 | Matriz fuentes de impacto ambiental | 126 |
| Tabla 50 | Grado de impacto ambiental | 127 |
| Tabla 51 | Ficha de evaluación de impacto ambiental | 127 |
| Tabla 52 | Categoría del proyecto | 127 |
| Tabla 53 | Matriz de impactos ambientales positivos y negativos | 128 |
| Tabla 54 | Funciones de la junta de accionistas | 138 |
| Tabla 55 | Funciones de gerente general | 139 |
| Tabla 56 | Funciones de operarios | 139 |
| Tabla 57 | Funciones de vendedor | 140 |
| Tabla 58 | Funciones de la secretaria contable | 140 |
| Tabla 59 | Sueldo del gerente | 141 |
| Tabla 60 | Sueldo secretaria | 142 |
| Tabla 61 | Sueldo vendedor | 143 |
| Tabla 62 | Sueldo asistentes | 144 |
| Tabla 63 | Salario cortadora | 145 |
| Tabla 64 | Salario costurera | 146 |
| Tabla 65 | Salario mano de obra directa | 149 |
| Tabla 66 | Salario mano de obra indirecta | 150 |
| Tabla 67 | Inversiones totales | 162 |
| Tabla 68 | Resumen de capital de trabajo | 162 |
| Tabla 69 | Inversión inicial del proyecto | 162 |
| Tabla 70 | Salario mano de obra directa | 163 |
| Tabla 71 | Coefficiente técnico materia prima costo unitario | 164 |
| Tabla 72 | Coefficiente técnico costo unitario | 164 |
| Tabla 73 | Proveedores de materia prima para ropa deportiva | 165 |
| Tabla 74 | Costos indirectos de fabricación servicios básicos | 166 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| Tabla 75 | Costo por arriendos del local de la planta | 166 |
| Tabla 76 | Suministros de aseo | 167 |
| Tabla 77 | Costo de reparación de mantenimiento | 167 |
| Tabla 78 | Depreciaciones Producción | 169 |
| Tabla 79 | Depreciaciones Administración | 170 |
| Tabla 80 | Sueldo personal administrativo | 170 |
| Tabla 81 | Costo de equipos de seguridad industrial | 171 |
| Tabla 82 | Suministros de oficina | 171 |
| Tabla 83 | Costos indirectos de fabricación servicio telefónico e internet | 171 |
| Tabla 84 | Costo por arriendo del local | 172 |
| Tabla 85 | Transporte para ventas | 172 |
| Tabla 86 | Sueldos vendedor | 172 |
| Tabla 87 | Estructura de capital | 173 |
| Tabla 88 | Resumen de amortización del préstamo | 175 |
| Tabla 89 | Estructura de costos proyectados | 176 |
| Tabla 90 | Costo unitario | 176 |
| Tabla 91 | Presupuesto de ingresos anuales | 177 |
| Tabla 92 | Punto de equilibrio | 178 |
| Tabla 93 | Estado de costos de producción con financiamiento | 180 |
| Tabla 94 | Estado de pérdidas y ganancias | 182 |
| Tabla 95 | Flujo de caja proyectado con financiamiento | 183 |
| Tabla 96 | Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) | 185 |
| Tabla 97 | Valor actual neto | 185 |
| Tabla 98 | Tasa interna de retorno (TIR) | 187 |
| Tabla 99 | Relación costo – beneficio | 188 |
| Tabla 100 | Periodo de relación de capital | 189 |

Índice de gráficos

| | | |
|------------|--|----|
| Gráfico 1 | Crecimiento anual de la economía ecuatoriana | 9 |
| Gráfico 2 | PIB nominal del Ecuador | 9 |
| Gráfico 3 | PIB real del Ecuador | 10 |
| Gráfico 4 | Tasas de variación del PIB de las economías sudamericanas | 11 |
| Gráfico 5 | Evolución del producto interno bruto | 11 |
| Gráfico 6 | Confianza empresarial Deloitte & Touche | 14 |
| Gráfico 7 | Tasa de desempleo y subempleo Nacional urbano | 15 |
| Gráfico 8 | Variación del desempleo en los últimos dos años | 16 |
| Gráfico 9 | Riesgo país EMBI | 17 |
| Gráfico 10 | Comercio exterior | 18 |
| Gráfico 11 | Evolución de las exportaciones | 20 |
| Gráfico 12 | Exportaciones por tipo de producto | 21 |
| Gráfico 13 | Evolución de las importaciones | 23 |
| Gráfico 14 | Evolución de las importaciones por producto | 23 |
| Gráfico 15 | Recaudación tributaria | 25 |
| Gráfico 16 | Tasa activa 2010-2011 | 26 |
| Gráfico 17 | Tasa pasiva 2010-2011 | 27 |
| Gráfico 18 | Tasa de inflación 2010-2011 | 28 |
| Gráfico 19 | Tasa de inflación mensual y anual | 28 |
| Gráfico 20 | Tasa de inflación por divisiones de consumo | 29 |
| Gráfico 21 | Tasa de inflación febrero 2012 | 30 |
| Gráfico 22 | Inflación mensual por ciudades y por regiones | 30 |
| Gráfico 23 | Evaluación de la canasta básica, vital e ingreso familiar | 31 |
| Gráfico 24 | Cobertura del presupuesto familiar | 32 |
| Gráfico 25 | Evolución trimestral del salario real | 32 |
| Gráfico 26 | Evolución del VAB | 33 |
| Gráfico 27 | Evolución del VAB, industrias manufactureras | 34 |
| Gráfico 28 | Situación actual de la industria textil | 37 |
| Gráfico 29 | Análisis de sectores del micro ambiente | 40 |
| Gráfico 30 | Árbol de problemas | 44 |
| Gráfico 31 | Diagrama del estudio de mercado | 48 |
| Gráfico 32 | Usa ropa deportiva | 70 |
| Gráfico 33 | Distribución por género y edad | 74 |
| Gráfico 34 | Distribución por género y edad en el sector en que viven | 75 |
| Gráfico 35 | Distribución de la muestra por sector en que vive, ingresos y género | 76 |
| Gráfico 36 | Pregunta 1 – Usa ropa deportiva. | 77 |
| Gráfico 37 | Pregunta 2 – Marcas de ropa deportiva que usa | 78 |

| | | |
|------------|--|-----|
| Gráfico 38 | Pregunta 3 – Está conforme con la calidad de prendas deportivas que le ofrece el mercado | 79 |
| Gráfico 39 | Pregunta 4 - Está conforme con el diseño de prendas deportivas que ofrece el mercado | 80 |
| Gráfico 40 | Pregunta 5 - Beneficios que busca en sus prendas | 81 |
| Gráfico 41 | Pregunta 6 – Practica algún deporte | 82 |
| Gráfico 42 | Pregunta 6.1 – Deporte que practica | 83 |
| Gráfico 43 | Pregunta 7 – Lugar donde adquiere la ropa deportiva | 84 |
| Gráfico 44 | Pregunta 8 – Presupuesto mensual que destina para adquirir ropa deportiva | 85 |
| Gráfico 45 | Pregunta 9 – Frecuencia con la que compra ropa deportiva | 86 |
| Gráfico 46 | Pregunta 10 – Predisposición para usar una nueva marca | 87 |
| Gráfico 47 | Población de la ciudad de Quito por género | 88 |
| Gráfico 48 | Mercado del sector textil en Ecuador | 103 |
| Gráfico 49 | Plan físico del área de producción | 123 |
| Gráfico 50 | Organigrama estructural | 147 |
| Gráfico 51 | Organigrama funcional | 148 |
| Gráfico 52 | Macro proceso | 151 |
| Gráfico 53 | Cadena de valor | 152 |
| Gráfico 54 | Diagrama de flujo del diseño del modelo de prendas deportivas | 153 |
| Gráfico 55 | Diagrama de flujo del proceso de confección de prendas deportivas | 155 |
| Gráfico 56 | Diagrama de flujo de comercialización y distribución de prendas deportivas | 158 |

Resumen

El Sector manufacturero en Ecuador representa en la actualidad un mercado emergente ya que en las últimas décadas es cuando se ha iniciado con esta actividad.

El presente proyecto busca analizar la factibilidad de confeccionar ropa deportiva de acuerdo a las tendencias y morfología del cuerpo. No existe una empresa que se dedique a explorar este ámbito. Una manera para llegar a ello es demostrar con los estudios pertinentes la viabilidad de la implementación para la fabricación y comercialización de ropa deportiva al norte de Quito. Para llegar a la satisfacción del cliente es necesario un proceso productivo adecuado, una cadena de proveedores eficientes y personal idóneo; se debe realizar un plan estratégico real, el cual tenga un respaldo con herramientas necesarias. Para lograr posicionar los conjuntos deportivos se debe tomar en cuenta la calidad y satisfacción que el cliente tenga. Existe un mercado potencial para los conjuntos deportivos, los mismos que conforme al estudio de mercado tienen una aceptación del, 93.84% lo cual manifiesta que la población estaría interesado en adquirir una nueva marca de ropa deportiva, esto demuestra que sí existe demanda que puede ser satisfecha con este producto.

La inversión inicial para ejecutar el negocio es de \$275,444.85, sin embargo esta inversión se recupera dentro de 3 años 9 meses y 14 días. Hay que considerar que el precio de venta que se estima es del margen sobre los costos teniendo así un precio de \$25.00 por conjunto deportivo; este precio es asequible y compite con el resto de competidores en el mercado. El negocio de fabricar y comercializar ropa deportiva se muestra interesante para los inversionistas, ya que los resultados obtenidos a través de las herramientas de evaluación son positivos. Es así que el VAN es de \$256.227,5; la TIR es de 69.77%. El aporte a la economía que ofrece el proyecto es la creación de 10 plazas de trabajo, ayudando así a la economía del personal y brindando un mejor status de vida.



Introducción

El tema de investigación seleccionado para esta tesis previa a la obtención del Título de: Ingeniero comercial es “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito”

El estudio de este tema investigativo se llevará a cabo desde enero del 2012 hasta julio del mismo año, recopilando información de los siguientes lugares: biblioteca de la Facultad de Administración de la Universidad Politécnica Salesiana, empresas emprendedoras relacionadas al sector y varias direcciones de Internet.

Estudiar el tema propuesto es de suma importancia para el sector productivo del país, pues su contenido muestra que la imagen es una fuente de ingresos muy amplia y poco explotada en nuestro país.

El objetivo general de este trabajo investigativo es desarrollar los planes de acción para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito acompañados de asesoría de imagen para cada cliente. Como objetivos específicos han sido programados los siguientes:

- Determinar el mercado la empresa a través de un estudio de mercado en la ciudad de Quito, para obtener el nicho apropiado de los productos.
- Identificar la estrategia de marketing apropiada a través del análisis de comportamiento de consumidor para impulsar el uso de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito, y así constituirnos en una nueva alternativa de prendas de vestir.
- Definir el sistema técnico apropiado a través de un bench-marking para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito.

- Definir el sistema administrativo y legal para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito.
- Establecer la estructura financiera para la creación de una empresa Textil en el Ecuador tenga mayor apoyo tanto científico como económico, porque es uno de los sectores que da un alto desarrollo a la economía de nuestro país.

Para el cumplimiento de la indagación propuesta, conjuntamente con el método científico se trabajará con métodos generales como el sintético y el inductivo, también se recurrirá a los métodos particulares como el descriptivo y el experimenta. Las técnicas para la recolección de información a ser adoptadas, dentro de esta monografía serán: lectura científica y encuesta.

En el primer capítulo se describe el problema actual en el sector textil y se analizan los factores del macro ambiente y del micro ambiente relacionados con el tema, en el segundo capítulo se encuentran los datos referentes al estudio de mercado, al consumidor, la oferta y la demanda que tendrán nuestros productos, continuando en el tercer capítulo con el estudio técnico que determina la infraestructura edificios y maquinaria a utilizarse para la producción de la ropa deportiva, en el capítulo cuarto se describe las inversiones totales, el capital y el financiamiento necesarios para llevar a cabo el proyecto y en el capítulo cinco encontramos el período en que se recuperará el capital invertido.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Resumen del proyecto

El presente proyecto tiene como meta ofrecer a la ciudad de Quito, la confección de prendas de vestir deportivas, de la más amplia variedad, de excelente calidad, y a mejores precios que su competencia.

La información que se obtendrá en el estudio del mercado, servirá para la toma de decisiones con respecto a todas las condiciones favorables y desfavorables que se puedan presentar en el mercado.

La demanda potencial que se presenta en el proyecto después de haber segmentado el mercado, está enfocada a la población femenina de la ciudad de Quito, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros futuros consumidores brindando un producto nacional de buena calidad.

La oferta del proyecto se encuentra basada en función de algunos índices y de algunas variables, como el precio del producto, los insumos y materia prima disponibles, de todos los apoyos o restricciones de parte del gobierno: por lo tanto, esta información influirá en parte de nuestros costos.

El precio de los conjuntos deportivos se estimará en base al promedio de los precios de la competencia, en la ciudad de Quito y en los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

Nuestra ventaja competitiva está basada en servicio que se ofrecerá en el punto de venta pues la empresa Segunda Piel, no sólo es productora de ropa deportiva esta empresa ha sido creada con la finalidad de ofrecer a sus consumidores la oportunidad de verse bien con cada prenda que usen pues el servicio consisten en asesoría de imagen en vestuario a las clientes según el tipo de cuerpo que poseen y los colores más adecuados para realzar su belleza. Este servicio no sólo apalanca un incremento en las ventas de la empresa sino también apoya el incremento en el nivel de autoestima en nuestros clientes

1.2 Antecedentes

El origen de la industria textil en el Ecuador tiene lugar en la década de la colonia, los tejidos se obtenían de la lana de ovejas, al iniciar el siglo XX ingresa al mercado el algodón, y su uso se hace realmente importante desde el año 1950.

Hoy en día la industria textil ecuatoriana fábrica productos con todo tipo de fibras, entre las más utilizadas se encuentran: el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

Al pasar el tiempo las empresas que se dedican a toda clase de actividad textil se fueron ubicando en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede indicar que las provincias con mayor número de industrias textiles son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. (dSPACE, 2010)

La diversificación en todo el sector ha dejado que existan un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en cantidad de producción. Cabe mencionar que es tanta la producción que día a día se producen más prendas de vestir como las que son de manufactura para el hogar.

El sector textil es uno de los que mayor número de plazas de empleo genera en el país, llegando a ser el segundo de los sectores que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, cerca de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente. (handle)

Las empresas textiles ecuatorianas tienen la mayor parte de sus ventas en el mercado local, existen muy pocas que exportan sus productos. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, pero en la crisis de los años 1998 y 1999 existió una reducción en estas.

Las empresas ecuatorianas que se dedican a la exportación de productos textiles saben que el desarrollo de ellas están directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido grandes sumas de dinero en la adquisición de nueva maquinaria las cuales les permiten ser más competitivos

frente a una economía globalizada. Así mismo, la gran mayoría de las empresas invierten en capacitaciones para su personal, con el fin de tener mejores niveles de eficiencia y productividad; en si lo que se busca es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en diseños y tener nuevos productos que satisfagan la demanda nacional e internacional.

Una vez analizada la historia de la industria textil, se puede evidenciar los fuertes cambios que esta ha sufrido en nuestro país, y ha obligado a buscar nuevas alternativas para que se mejore la calidad de los productos textiles y se pueda alcanzar nuevos niveles de eficiencia las cuales se las puede encaminar a mejorar la calidad de los productos que nuestro proyecto ofrece y a la vez llegar a tener eficiencia en todos los procesos que conlleva la elaboración y producción de los conjuntos deportivos.(bibdigital, 2010)

La industria textil necesita un gran apoyo en cuanto a la implementación de estrategias a mediano y largo plazo para obtener un desarrollo sostenible y sustentable, el cual ayude a ser uno de los sectores con mayor relevancia e importancia en la economía de nuestro país.(bibdigital, 2010)

1.3 Análisis Situacional

1.3.1. Análisis de los factores del macro ambiente

Se realiza el análisis de los principales factores a los cuales se los relaciona con el entorno que afecta de manera directa o indirecta al proyecto. Entre estos se encuentran los factores: político, económico, social y tecnológico.

(Análisis PEST: político, económico, social y tecnológico)

En los factores antes mencionados se realiza una breve descripción de cada uno viendo así la situación actual del país, y el efecto que éstos podrían tener en las empresas textiles.

1.3.2. Factores políticos y legales

Inestabilidad política: Este factor se analiza de acuerdo a la situación del gobierno actual el cual posee:

Cambios en medidas arancelarias: Los cambios que se han realizado durante los últimos tres años en las medidas arancelarias ayudan al apalancamiento en cuanto a la producción nacional, pues al dar facilidades en la importación de algodón se permite que la tela sea elaborada en el país y tenga menor precio y mejor calidad que la que ofrecen en el extranjero, por lo cual se dará preferencia a la producción nacional. *“Que vista la insuficiencia de oferta nacional y regional de algodón sin cardar ni peinar es necesario aprobar los respectivos diferimientos arancelarios que requiere la industria nacional”*. (Ministerio de Coordinación de la Producción)

Acuerdos que benefician la producción: “La ATPDEA constituye un régimen de excepción del pago de aranceles a 6.100 sub partidas arancelarias. En el caso del Ecuador, beneficia a unos 700 productos, en particular, en los sectores de floricultura, textiles y confecciones”. (Presidencia de la República del Ecuador, 2012)

“El sector textil y de confecciones junto con el calzado tiene un gran potencial de desarrollo debido a su interacción con los demás sectores económicos. La estructura de producción es 35% de hilatura, 27% fabricación de prendas de vestir, 15% fabricación de calzado, 10% otros productos textiles, 9% fabricación de tejidos y artículos de punto y la participación restante está entre cueros y pieles. El desarrollo del sector se consigue a través de las sinergias de producción artesano industriales”. (Presidencia de la República del Ecuador, 2012)

El gobierno al poner las restricciones en las importaciones y al fomentar la producción ayuda a que la economía mejore y que los proyectos que sean de la industria textil, tengan una apertura positiva y encuentren rentabilidad.

1.3.3. Factores económicos

El sector textil es considerado como una de las principales fuentes de ingresos de nuestro país y en este mercado existe gran cantidad de dinero, es por ello que se encuentran inmiscuida gran cantidad de personas de una manera tanto directa o indirecta.

Según la última encuesta publicada por el INEC (ENEMDU, Junio 2010), el sector textil de confección genera más de 160 mil empleos directos. (73% urbano y 27% rural). (INEC 2010)

La actividad textil constituye una importante industria integradora que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, pecuaria, industria de plásticos, industria química, comercial, turística, servicios de publicidad, diseño, logísticos, etc. (INEC 2010)

A partir del 2010, la industria cuenta con una medida de protección permanente, el arancel mixto que consiste en el pago de 5,5 dólares por kilo neto importado y un ad-valores del 10%. (Prendas de vestir y lencería de hogar). (Gobierno del Ecuador, 2010).

La participación del sexo femenino en la industria dedicada a la fabricación de prendas de vestir es del 74,76%. (INEC)

En el consumo de artículos relacionados al sector, más del 50% de los hogares realizan gastos en prendas de vestir y calzado de manera trimestral, sin embargo la participación del gasto mensual dentro del gasto total de consumo es marginal. (INEC 2010)

Analizando la evolución de la inversión en activos fijos, las estadísticas presentan un crecimiento del 47% en el año 2010 si se lo compara con el 2006. Por lo tanto se deduce que invertir en el sector de confecciones y calzado genera rentabilidad; esto es verificable cuando la evolución del ROS (ReturnOn Sales – ROS) presenta una tendencia creciente en los últimos cinco años. (Presidencia de la República del Ecuador, 2012)

Además la producción de algodón en el país apenas representa el 3% de los requerimientos para el sector industrial.

El siguiente esquema representa la problemática actual del sector textil para convertirse en un sector competitivo en relación a otros países productores.

| Descripción /País Fuente | Ecuador BCE | Colombia DIAN | Perú SUNAT |
|---|-------------|---------------|-------------|
| Total Exportaciones tradicionales (millones de Usd, 2008) | 6.840 | 17.663 | 7.547 |
| Peso sector textil en las exportaciones no tradicionales 2008 | 2,12% | 11,71% | 26,73% |
| Montos exportados textil, (millones de Usd, 2008) | 145 | 2.064 | 2.018 |
| Kilos textil exportados | 28.908.927 | 131.154.037 | 110.212.000 |
| Precio por kilo | 5,02 | 15,74 | 18,31 |

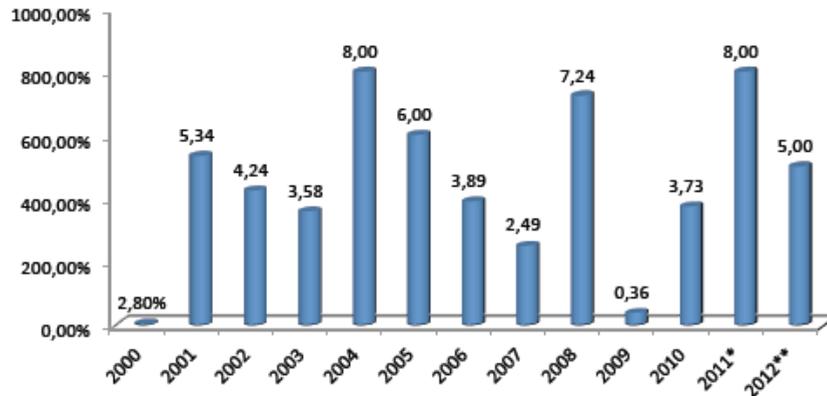
Fuente: CORPEI – BID 2009

Tabla 1. Problemática del sector textil para convertirse en un sector competitivo.

Según el Banco Central del Ecuador (BCE), el crecimiento del país al tercer trimestre del 2011 comparado con el mismo trimestre del años anterior fue del 1.74%.

En la tabla 1 se puede apreciar que las exportaciones de nuestro país son bajas en comparación con las de otros países. El precio del producto ecuatoriano en promedio es de 5.02 USD mientras que en Colombia es de 15.74 USD y en Perú de 18.31 USD.

**Crecimiento anual de la Economía Ecuatoriana
(Tasa de variación anual en porcentaje)**



Fuente: Banco Central del Ecuador, Observatorio de la Política Fiscal
2011-2012: Proyectado por la CEPAL
Elaboración: CEA

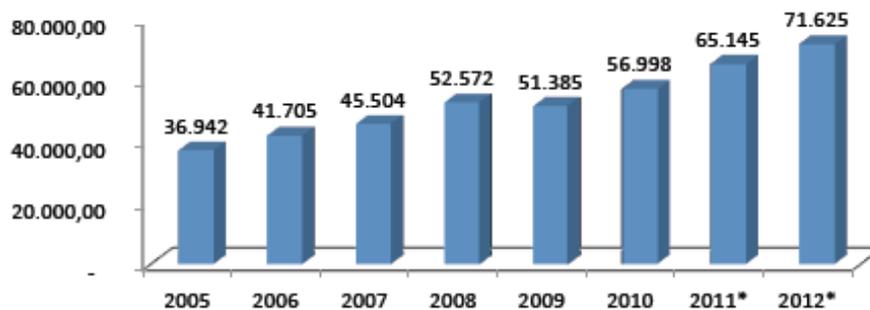
Gráfico 1: Crecimiento anual de la economía ecuatoriana

El crecimiento de la economía, además de ayudar al mejoramiento del sector textil, se puede observar que existe un incremento en las exportaciones FOB, con una variación de aproximadamente del 8,63% para el tercer trimestre del 2011.

El crecimiento previsto para el final del 2011, según la CEPAL es del 8% y para el año 2012 se prevé un crecimiento del 5%. (CEPAL, 2011)

1.3.4. Análisis Del PIB

**PIB Nominal del Ecuador
(En millones USD)**



Fuente: Banco Central del Ecuador, Observatorio de la Política Fiscal
* Proyectado por el Banco Central
Elaboración: CEA

Gráfico 2: PIB nominal del Ecuador

Según esta grafica se puede apreciar que el PIB nominal del Ecuador ha incrementado, del año 2011 que tenía 65145 millones de dólares en promedio subió a 71625 millones de dólares en promedio, habiendo una diferencia de 6480 millones de dólares, este es un factor positivo para la industria textil ya que se podría contribuir a que el PIB se eleve aún más.

Ecuador exporta tanto textiles como confecciones anualmente alrededor de 70 países del mundo, entre los más importantes: Colombia, Venezuela, EEUU, Perú.

Después de todas las empresas de bebidas y alimentos se considera que el sector textil es el segundo sector en importancia para la generación del PIB industrial.

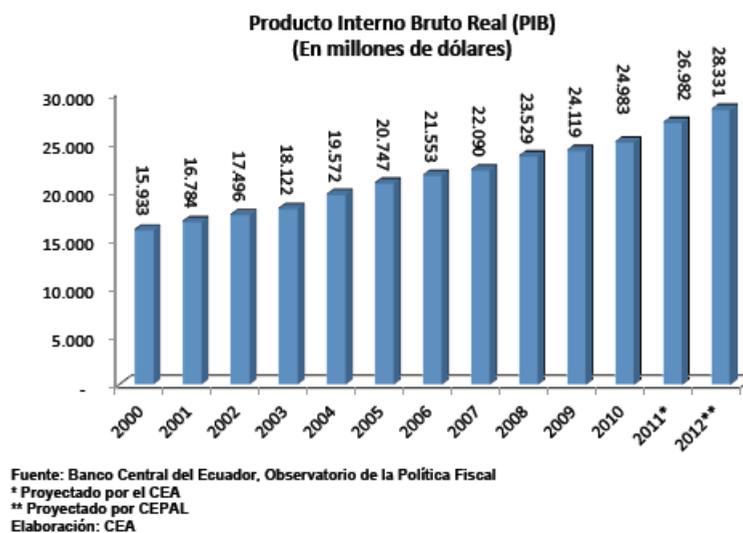


Gráfico 3: PIB real del Ecuador

En los datos publicados por el Banco Central del Ecuador, se observa que existe una evolución, además se puede apreciar que en el mes de febrero del año 2012 existe un incremento del PIB bruto Real, en comparación con el mes de febrero del año 2011, siendo una diferencia de 1349 millones de dólares.

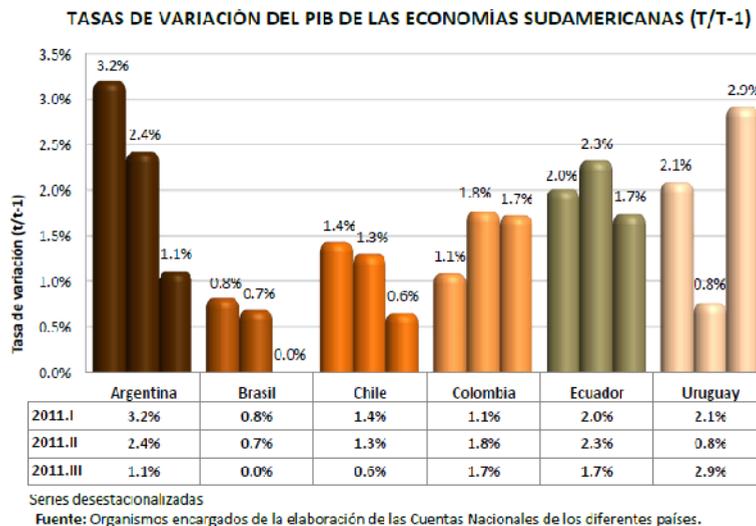


Gráfico 4: Tasas de variación del PIB de las economías sudamericanas

Las tasas interanuales, en el tercer trimestre de 2011, presentaron fuertes variaciones positivas para el país, destacando los resultados de las economías de Argentina, Ecuador y Colombia, ya que los PIB y el crecimiento de estos países han ido en aumento, y en Ecuador una de las razones es el incremento de la producción textil.

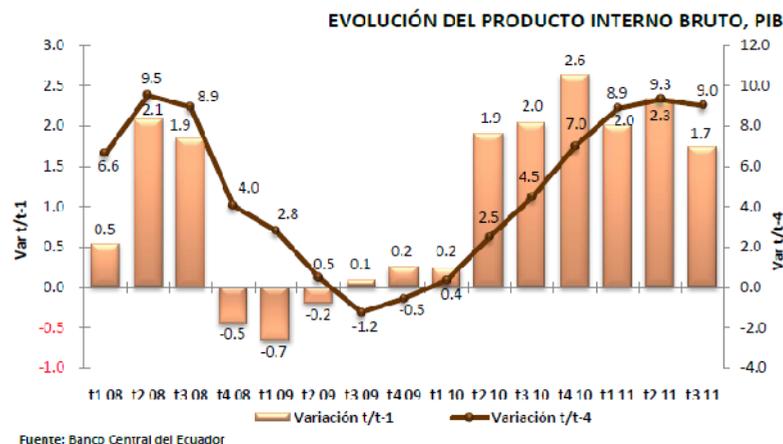


Gráfico 5: Evolución del producto interno bruto

El Producto Interno Bruto del país, en el tercer trimestre del año, registró un incremento de 1.7% respecto al segundo trimestre de 2011, y de 9.0% comparado con el tercer trimestre de 2010, esto quiere decir que las políticas aplicadas en Ecuador han ayudado para crecer económicamente y tener una evolución bastante notoria en los últimos años.

Producto interno bruto por clase de actividad económica

Tasas de variación (a precios de 2000)

| Ramas de actividad \ Años | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|------------|-------------|-------------|------------|------------|
| CIUCN | (p) | (p) | (p) | (prev) | (prev) |
| A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura | 5,4 | 1,5 | -0,2 | 4,6 | 5,0 |
| 1. Cultivo de banano, café y cacao | 1,3 | 7,4 | -9,6 | 2,5 | 2,7 |
| 2. Otros cultivos agrícolas | 8,0 | 0,9 | 3,1 | 4,2 | 5,0 |
| 3. Producción animal | 2,6 | -1,9 | 0,7 | 4,2 | 5,5 |
| 4. Silvicultura y extracción de madera | 9,9 | -12,3 | 7,6 | 9,4 | 9,0 |
| 5. Productos de la caza y de la pesca | 6,5 | 5,4 | 1,9 | 6,1 | 5,5 |
| B. Explotación de minas y canteras | 1,0 | -2,4 | -2,5 | 5,4 | 0,4 |
| 6. Extracción de petróleo crudo y gas natural | -0,2 | -3,5 | 0,2 | 2,8 | 2,3 |
| 7. Fabricación de productos de la refinación de petróleo | 7,9 | 3,1 | -19,7 | 25,4 | -12,1 |
| 8. Otros productos mineros | 6,3 | 2,7 | 1,1 | 4,0 | 4,0 |
| C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo) | 8,1 | -1,5 | 6,7 | 6,2 | 9,4 |
| 9. Carnes y pescado elaborado | 5,9 | 0,7 | 3,9 | 6,6 | 10,3 |
| 10. Cereales y panadería | 2,6 | 3,3 | 9,4 | 2,6 | 5,9 |
| 11. Elaboración de azúcar | 2,8 | -10,0 | 24,5 | 5,3 | 7,7 |
| 12. Productos alimenticios diversos | 4,7 | -6,0 | -2,4 | 4,6 | 5,6 |
| 13. Elaboración de bebidas | 16,5 | 6,6 | 17,1 | 14,0 | 22,8 |
| 14. Elaboración de productos de tabaco | 18,7 | 20,8 | 16,9 | -5,0 | 0,0 |
| 15. Fabricación de productos textiles, prendas de vestir | 2,6 | 3,8 | 6,0 | 7,2 | 9,2 |

| | | | | | |
|---|-------------|--------------|-------------|-------------|------------|
| 16. Producción de madera y fabricación de productos de madera | 16,0 | -25,7 | 13,9 | 10,0 | 11,0 |
| 17. Papel y productos de papel | 14,1 | 3,0 | 4,5 | -0,7 | 5,6 |
| 18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico | 16,4 | 10,7 | 10,1 | 4,5 | 8,9 |
| 19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos | 8,6 | 3,5 | 1,5 | 3,0 | 4,9 |
| 20. Fabricación de maquinaria y equipo | 21,6 | -5,4 | 23,2 | 7,5 | 7,5 |
| 21. Industrias manufactureras n.c.p. | 2,9 | 1,8 | 3,5 | 1,1 | 10,0 |
| D. Suministro de electricidad y agua | 20,2 | -12,2 | 1,4 | 8,0 | 5,0 |
| 22. Suministro de electricidad y agua | 20,2 | -12,2 | 1,4 | 8,0 | 5,0 |
| E. Construcción y obras públicas | 13,8 | 5,4 | 6,7 | 14,0 | 5,5 |
| 23. Construcción | 13,8 | 5,4 | 6,7 | 14,0 | 5,5 |
| F. Comercio al por mayor y al por menor | 6,6 | -2,3 | 6,3 | 6,6 | 6,0 |
| 24. Comercio al por mayor y al por menor | 6,6 | -2,3 | 6,3 | 6,6 | 6,0 |
| G. Transporte y almacenamiento | 5,4 | 3,7 | 2,5 | 6,1 | 5,3 |
| 25. Transporte y almacenamiento | 5,4 | 3,7 | 2,5 | 6,1 | 5,3 |
| H. Servicios de intermediación financiera | 11,2 | 1,7 | 17,3 | 7,8 | 3,5 |
| 26. Intermediación financiera | 11,2 | 1,7 | 17,3 | 7,8 | 3,5 |
| I. Otros servicios | 7,1 | 1,7 | 5,4 | 5,5 | 5,4 |
| 27. Otros servicios | 7,1 | 1,7 | 5,4 | 5,5 | 5,4 |
| J. Servicios gubernamentales | 14,6 | 5,4 | 0,5 | 2,8 | 5,3 |
| 28. Servicios gubernamentales | 14,6 | 5,4 | 0,5 | 2,8 | 5,3 |
| K. Servicio doméstico | -5,5 | 0,5 | 4,7 | 0,5 | 1,0 |

| | | | | | |
|--|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| 29. Servicio doméstico | -5,5 | 0,5 | 4,7 | 0,5 | 1,0 |
| Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente | -12,5 | -3,2 | -15,8 | -7,4 | -2,5 |
| Otros elementos del PIB | 11,5 | 0,3 | 5,6 | 6,6 | 5,1 |
| PRODUCTO INTERNO BRUTO | 7,2 | 0,4 | 3,6 | 6,5 | 5,3 |

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 2: Tasa de variación de PIB según tipo de producto

Al apreciar la tabla 2 se observa que el crecimiento del PIB textil es de 9.2% al 2012, comparando con todos los rubros se puede decir que el PIB textil es el más alto y ha dado la variación positiva más alta favoreciendo al sector textil lo cual es favorable para la empresa ya que ayudara en la incrementación del PIB textil.

1.3.5. Análisis de la confianza empresarial

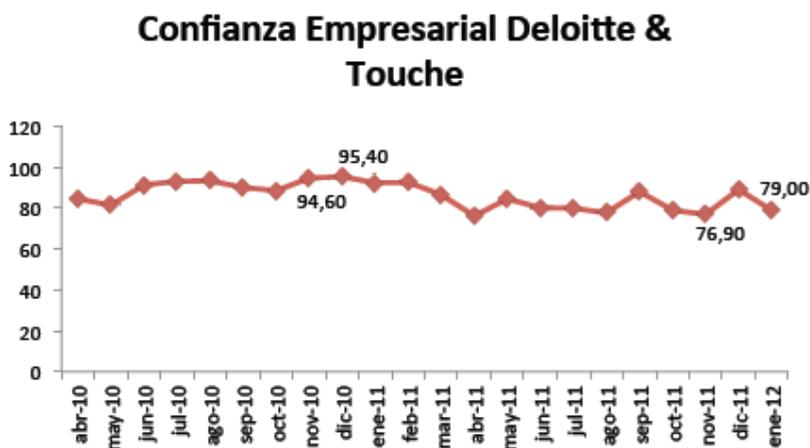


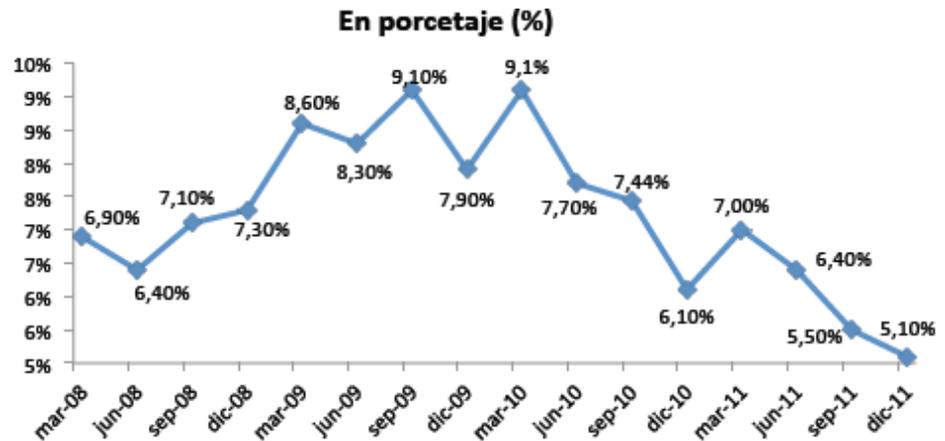
Gráfico 6: Confianza empresarial Deloitte&Touche

La confianza empresarial, registró a Enero del 2012, un índice de 79 puntos sobre 250 posibles, mostrando una variación negativa de aproximadamente 10 puntos con respecto a diciembre del 2011. Esta disminución del índice de confianza

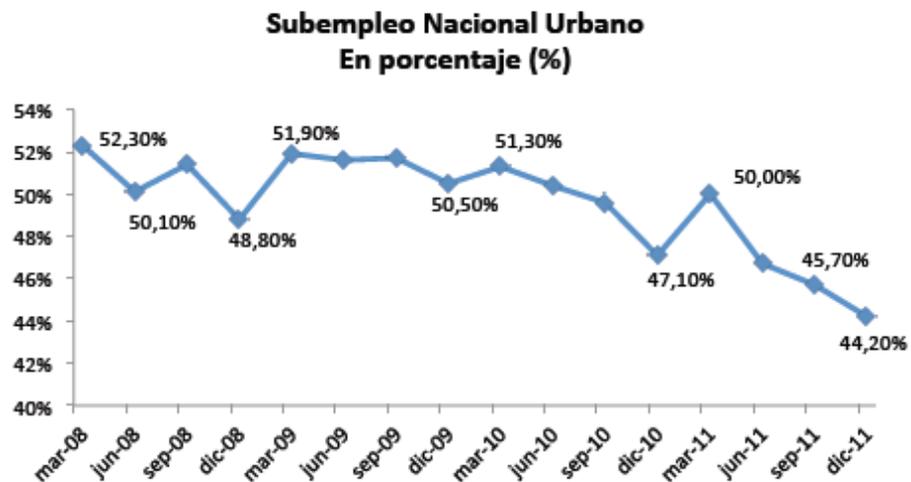
empresarial se dio principalmente, por el incremento del salario básico unificado, y el incremento del gasto público previsto para el 2012.

1.3.6. Análisis laboral

Desempleo Nacional Urbano



Fuente: Banco Central del Ecuador, INEC
Elaboración: CEA



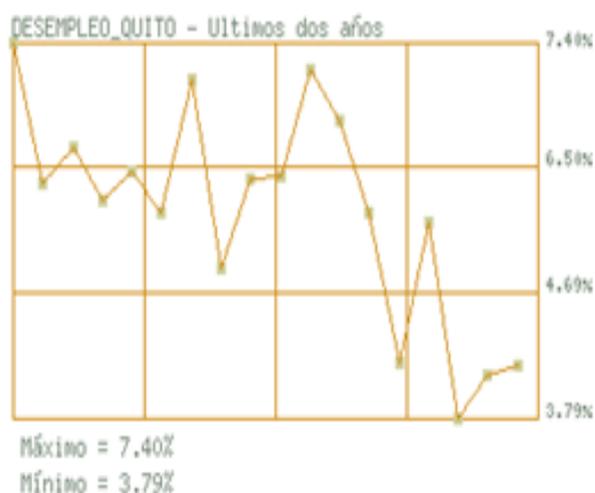
Fuente: Banco Central del Ecuador, INEC
Elaboración: CEA

Gráfico 7: Tasa de desempleo y subempleo nacional urbano

La tasa de desempleo según el (INEC) Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos se encontró en el 5.1% al finalizar el año 2011. Esto quiere decir que existió un incremento en la demanda de trabajo, por lo tanto hay una disminución del desempleo.

Si se compara el desempleo que se ubica en los meses de octubre, a diciembre del 2010 se puede apreciar que existe una diferencia en menos del 1%. En Quito la tasa de desempleo es del 4.30 %.

La tasa de subempleo nacional fue de 44.20%, un 1,50 % menos que el trimestre anterior y 2,9% menos que el mismo periodo del 2010.

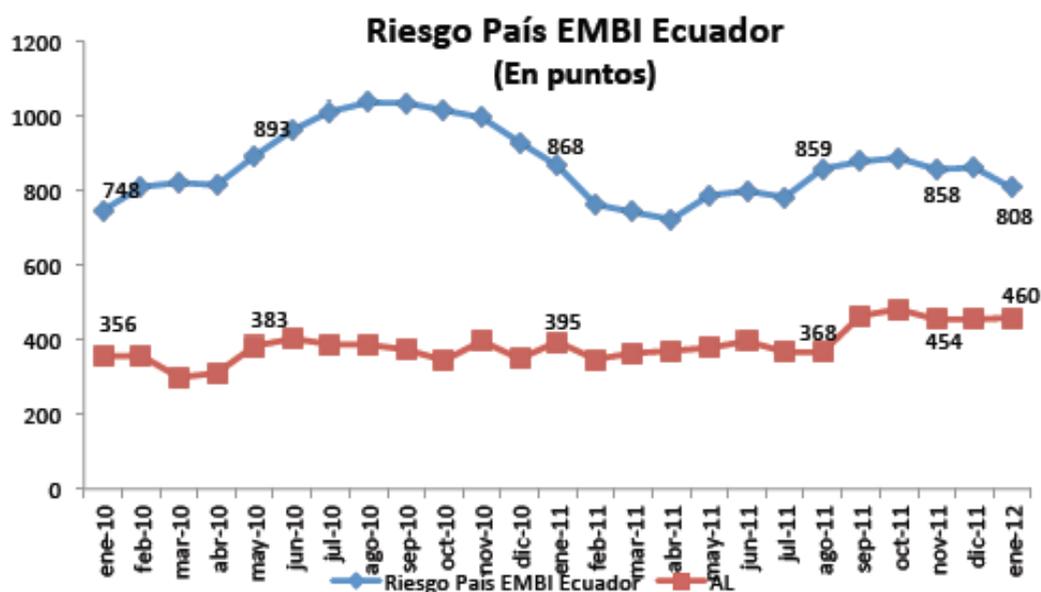


| FECHA | VALOR |
|--------------------|--------|
| Diciembre-31-2011 | 4.31 % |
| Septiembre-30-2011 | 4.20 % |
| Junio-30-2011 | 3.79 % |
| Marzo-31-2011 | 5.67 % |
| Diciembre-31-2010 | 4.32 % |
| Septiembre-30-2010 | 5.77 % |
| Junio-30-2010 | 6.65 % |
| Marzo-31-2010 | 7.14 % |
| Diciembre-31-2009 | 6.12 % |
| Septiembre-30-2009 | 6.09 % |
| Junio-30-2009 | 5.23 % |
| Marzo-31-2009 | 7.04 % |
| Diciembre-31-2008 | 5.76 % |
| Septiembre-30-2008 | 6.16 % |
| Junio-30-2008 | 5.89 % |
| Marzo-31-2008 | 6.40 % |
| Diciembre-31-2007 | 6.06 % |
| Septiembre-30-2007 | 7.40 % |

Gráfico 8: Variación del desempleo en los últimos dos años

Este proyecto apoyará a la disminución del desempleo aportando a que las familias tengan un mejor estilo de vida y aumentando las fuentes de trabajo en la ciudad de Quito.

1.3.7. Análisis riesgo país



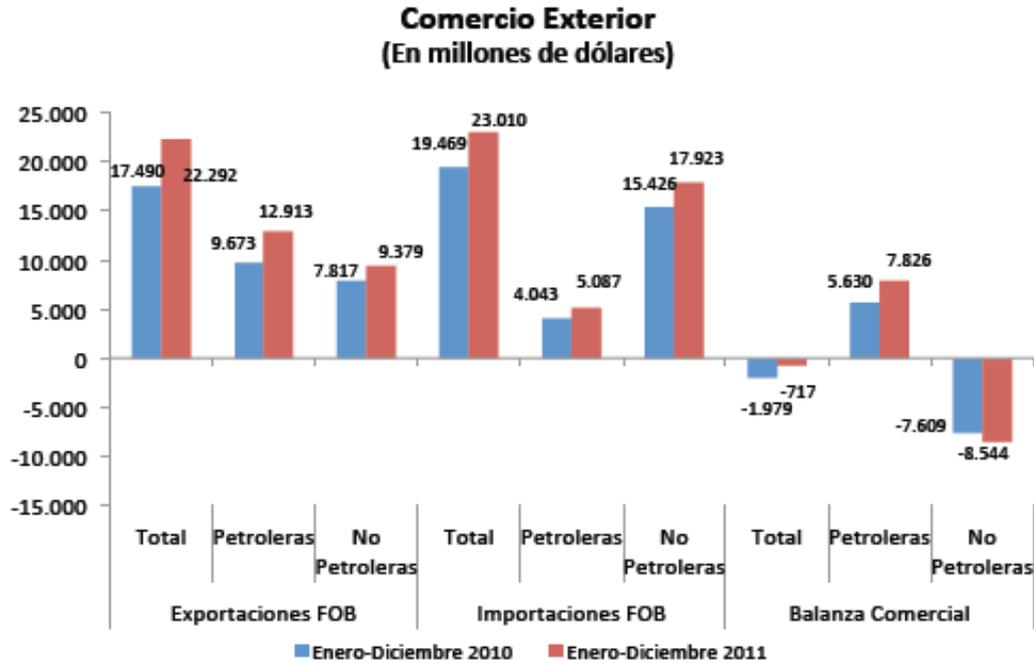
Fuente: BCE, JP Morgan, Flar
Elaboración: CEA

Gráfico 9: Riesgo País EMBI

En enero del año 2012, el riesgo país en promedio del Ecuador se ubicó en 808 puntos es decir en el 8.08%; decreciendo en un 6% con respecto al mes anterior, lo que significaría una reducción del EMBI de 54 puntos. Al comparar nuestro índice con el de todo el de América Latina se puede llegar a la conclusión de que a enero del 2012 en Ecuador se encuentra por encima con 348 puntos, ya que el índice promedio para América Latina es de 460.

Se puede observar que el Ecuador tiene un riesgo país elevado lo cual es negativo para las empresas ecuatorianas porque los inversionistas no verán como una oportunidad el poder invertir.

Análisis de comercio exterior



Fuente: BCE
Elaboración: CEA

Gráfico 10: Comercio exterior

El comercio exterior del Ecuador en el periodo del año 2011 presentó un déficit de USD 717,3 millones, mientras que en el año 2010, el saldo negativo fue de USD 1.978,73 millones; esta reducción se dio por la nuevamente importante recuperación del sector petrolero ya que existió un incremento de aproximadamente USD 3.000 millones, además las exportaciones No petroleras también tuvieron un nuevo incremento de aproximadamente USD 1.500 millones.

1.3.8. Exportaciones

COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES *Tasas de variación*

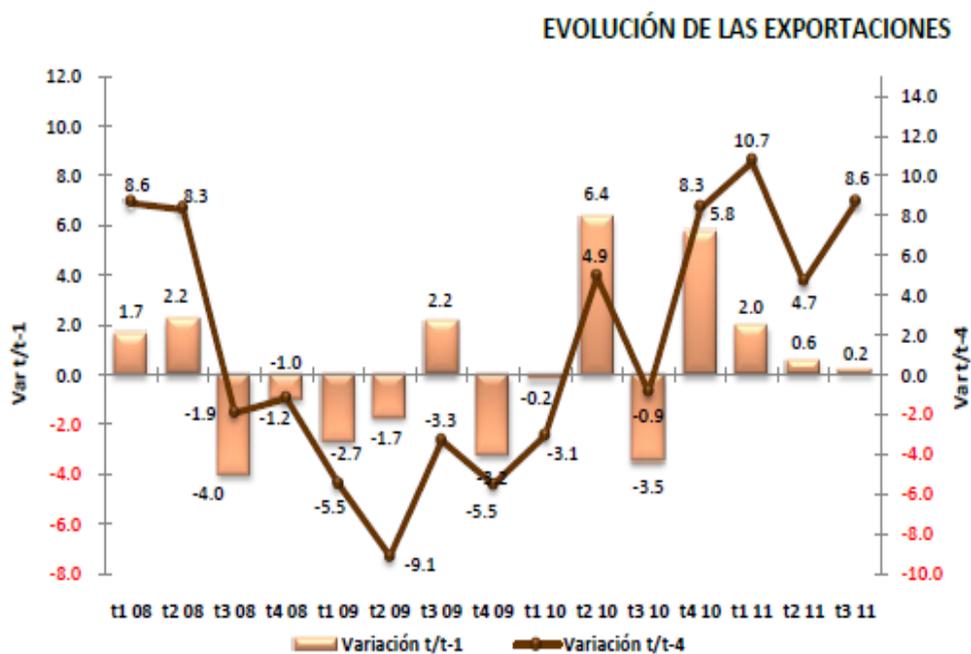
| | Variación t/t-1 | Variación t/t-4 |
|---|--------------------|--------------------|
| Azúcar | 325.6 | -99.0 |
| Productos de minas y canteras | 60.9 | 170.0 |
| Productos de la refinación de petróleo y gas | 28.9 | 32.8 |
| Otros productos agrícolas | 12.9 | 27.5 |
| Otros productos manufacturados | 7.7 | 131.7 |
| Productos químicos, plásticos y de caucho | 6.8 | 21.2 |
| Productos silvícolas y de la extracción de madera | 4.0 | -3.3 |
| Bebidas | 4.0 | -0.6 |
| Productos del papel y p. editoriales | 3.5 | 0.8 |
| Pesca | 3.1 | 2.3 |
| Productos minerales básicos, metálicos y no metálicos | 2.0 | 11.7 |
| Productos de Madera | 2.0 | 24.3 |
| Total Exportaciones | 0.2 | 8.6 |
| Petróleo crudo, gas natural y servicios relacionadas | 0.1 | 1.6 |
| Tabaco elaborado | 0.0 | 0.0 |
| Pescado elaborado, carne y productos cárnicos | -0.3 | 16.6 |
| Productos de la producción animal | -2.1 | -6.0 |
| Transporte y almacenamiento | -2.9 | 4.7 |
| Banano, café y cacao | -3.2 | 13.3 |
| Productos alimenticios diversos | -4.5 | 46.4 |
| Textiles, prendas de vestir y productos de cuero | -12.6 | -31.9 |
| Maquinaria, equipo y material de transporte | -15.5 | -22.9 |
| Cereales y panadería | -80.0 | -66.2 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 3: Comportamiento de las exportaciones

En la tabla 3 se observa que la evolución de las exportaciones ha incrementado en el último trimestre del año 2011 en comparación a las del primer trimestre del 2011.

Mientras los productos que presentaron reducciones en las exportaciones, respecto al trimestre anterior en el año 2011 fueron: cereales y panadería, maquinaria, equipo y material de transporte, textiles, prendas de vestir y productos de cuero, productos alimenticios diversos, y banano, café y cacao.



Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico 11: Evolución de las exportaciones

El primer trimestre del año 2011 tiene un promedio de 10.7% lo que quiere decir que existe un incremento del 2.4%; al segundo trimestre las exportaciones decaen a 4.7%, para luego aumentar en el tercer trimestre a 8.6%.

El hecho de que las exportaciones se eleven mes a mes es beneficioso para el país, ya que crean nuevos caminos de acceso al comercio exterior, lo cual es positivo para la empresa porque es allí cuando solo se necesitara tener de productos de buena calidad e ingresar con estos a los nuevos canales creados.

| TIPO DE PRODUCTO | 2011 | |
|----------------------|-------------------|--------------------|
| | TON | FOB |
| Materias primas | 8.881,084 | 11.584,031 |
| Hilados | 2.590,918 | 15.902,856 |
| Tejidos | 5.026,900 | 31.709,463 |
| Prendas de Vestir | 2.102,884 | 23.870,802 |
| Manufacturas | 13.235,289 | 44.041,000 |
| Productos Especiales | 790,594 | 54.145,108 |
| Total general | 32.627,629 | 181.333,260 |

Valores en toneladas y miles de US \$
FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Departamento Técnico AITE
ISC/20-11-2011

Periodo enero – diciembre
2011



Gráfico 12: Exportaciones por tipo de producto

La manera en que el proyecto puede ayudar es al incrementar aún más las exportaciones a otros países una vez que se haya cubierto el mercado nacional, se podría hacer que sea reconocido a nivel mundial la mano de obra y la calidad de la materia prima para la confección de ropa deportiva con diseños modernos en Ecuador.

La evolución de las importaciones al ultimo trimestre del año 2011 disminuyeron, esto puede ser por las medidas tomadas por el Presidente del Ecuador al aumentar los aranceles para importar.

COMPORTAMIENTO DE LAS IMPORTACIONES
En porcentajes, tercer trimestre de 2011

| | Variación (t/t-1) | Variación (t/t-4) |
|---|----------------------|----------------------|
| Productos de Madera | 13.3 | 40.9 |
| Productos silvícolas y de la extracción de madera | 10.5 | 35.2 |
| Servicios Financieros | 9.9 | 48.3 |
| Productos minerales básicos, metálicos y no metálicos | 8.5 | 12.2 |
| Otros productos agrícolas | 8.2 | 34.1 |
| Otros productos manufacturados | 6.3 | 18.4 |
| Productos de la refinación de petróleo y gas | 5.0 | -4.7 |
| Textiles, prendas de vestir y productos de cuero | 1.9 | 6.4 |
| Productos procesados de pescado, y cárnicos | 1.6 | -7.8 |
| Transporte y almacenamiento | -1.1 | -3.1 |
| Total Importaciones | -1.7 | -2.3 |
| Cereales y panadería | -2.1 | 4.6 |
| Productos de la producción animal | -5.0 | -4.7 |
| Productos alimenticios diversos | -5.0 | -8.6 |
| Productos del papel y p. editoriales | -5.2 | -11.0 |
| Productos químicos, plásticos y de caucho | -5.7 | -0.4 |
| Maquinaria, equipo y material de transporte | -6.4 | -12.0 |
| Productos de minas y canteras | -7.1 | 19.0 |
| Pesca | -8.8 | -1.3 |
| Bebidas | -15.4 | -11.8 |
| Electricidad | -23.3 | -20.6 |
| Azúcar | -72.4 | -26.2 |
| Tabaco elaborado | -86.2 | -99.2 |

Datos CVE, Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 4: Comportamiento de las importaciones

1.3.9. Importaciones

Las importaciones totales de bienes, correspondientes al período julio-septiembre de 2011, presentaron un incremento de 4.5% con respecto al período abril-junio de 2011. Las importaciones de bienes de consumo aumentaron en 12.8%, las de materias primas en 4.2% y las de bienes de capital en 1.2%.

A partir del 2010, la industria cuenta con una medida de protección permanente, el arancel mixto que consiste en el pago de 5.5 dólares por kilo neto importado y un ad-valorem del 10%.

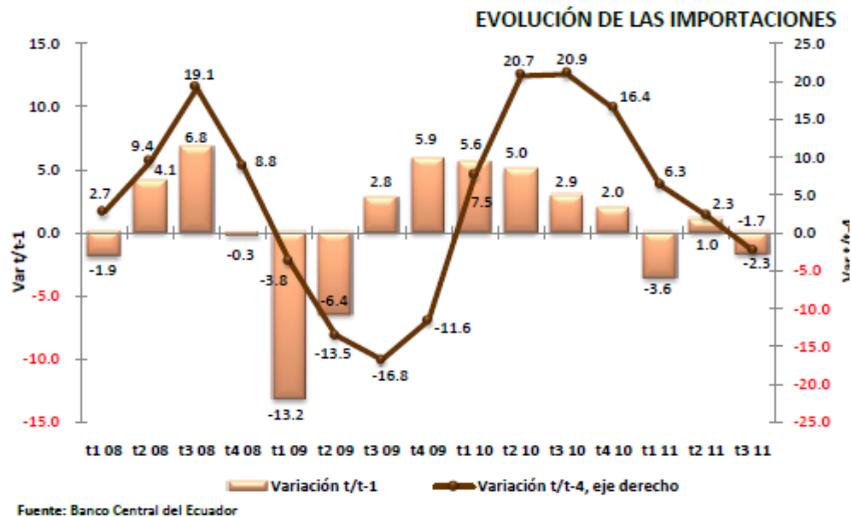


Gráfico 13: Evolución de las importaciones

Las importaciones al último trimestre disminuyen de una manera notoria desde el primer trimestre del año 2011. Permitiendo así que las empresas de industria textil no tengan mayor competencia con las empresas que hubiesen podido ingresar con su mercadería a Ecuador.

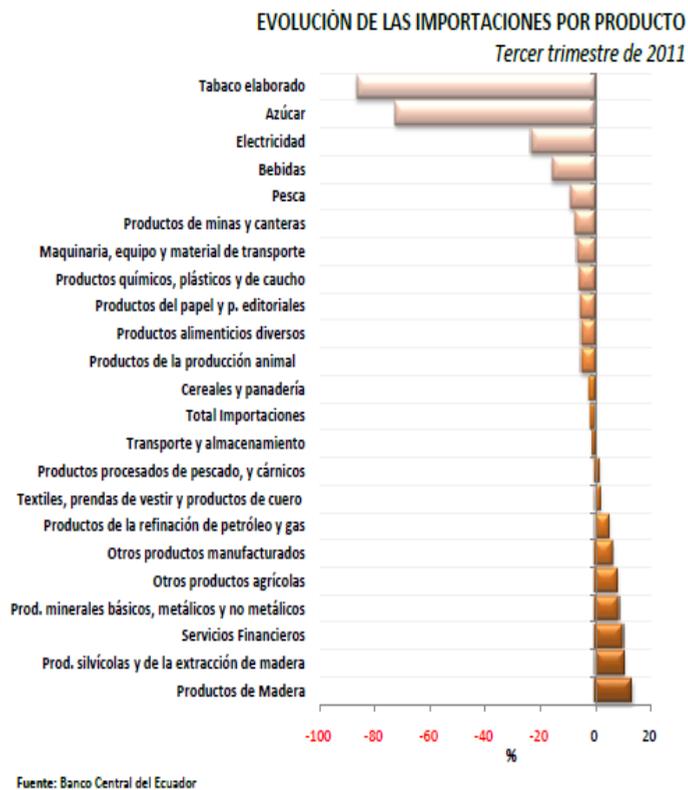


Gráfico 14: Evolución de las importaciones por producto

Como se puede apreciar al país que mayor importación existe es China con 2.765,731 toneladas seguida por Panamá con 1.690,555 toneladas, y por último la Comunidad Andina 1.605,578.

Balanza comercial

Como se puede apreciar en la tabla 3 a febrero del 2012 hay una variación en aumento del 76.0% lo cual beneficia a la economía ecuatoriana y se puede interpretar que las comercializaciones están en aumento.

Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles)

| | Ene-Feb 2009 | | | Ene-Feb 2010 | | | Ene-Feb 2011 | | | Ene-Feb 2012 | | | Variación 2012 - 2011 | | |
|--------------------------------------|--------------|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|-----------------------|---------------|----------------|
| | a | b | b/a | | | |
| | Volumen | Valor USD FOB | Valor unitario | Volumen | Valor USD FOB | Valor unitario | Volumen | Valor USD FOB | Valor unitario | Volumen | Valor USD FOB | Valor unitario | Volumen | Valor USD FOB | Valor unitario |
| Exportaciones totales | 4,481 | 1,674,492 | 374 | 4,080 | 2,620,582 | 642 | 4,614 | 3,322,176 | 720 | 4,984 | 4,074,688 | 817 | 8.0% | 22.7% | 13.5% |
| <i>Petroleras**</i> | 22,818 | 630,601 | 28 | 19,732 | 1,388,036 | 70 | 22,891 | 1,868,815 | 82 | 25,939 | 2,609,139 | 101 | 13.3% | 39.6% | 23.2% |
| <i>No petroleras</i> | 1,313 | 1,043,891 | 795 | 1,336 | 1,232,547 | 923 | 1,429 | 1,453,361 | 1,017 | 1,374 | 1,465,549 | 1,066 | -3.8% | 0.8% | 4.9% |
| Importaciones totales | 1,774 | 2,255,979 | 1,272 | 2,218 | 2,637,057 | 1,189 | 2,152 | 3,157,579 | 1,467 | 2,319 | 3,785,024 | 1,632 | 7.8% | 19.9% | 11.2% |
| <i>Bienes de consumo</i> | 153 | 530,059 | 3,473 | 136 | 516,176 | 3,787 | 157 | 611,802 | 3,894 | 168 | 755,776 | 4,491 | 7.1% | 23.5% | 15.3% |
| <i>Materias primas</i> | 893 | 751,932 | 842 | 1,158 | 874,676 | 755 | 1,143 | 1,024,683 | 896 | 1,287 | 1,209,823 | 940 | 12.5% | 18.1% | 4.9% |
| <i>Bienes de capital</i> | 70 | 689,238 | 9,807 | 67 | 635,573 | 9,508 | 84 | 838,682 | 9,954 | 89 | 1,050,653 | 11,786 | 5.8% | 25.3% | 18.4% |
| <i>Combustibles y Lubricantes</i> | 657 | 280,094 | 426 | 854 | 581,196 | 681 | 766 | 649,781 | 848 | 774 | 760,273 | 982 | 1.1% | 17.0% | 15.8% |
| <i>Diversos</i> | 1 | 4,656 | 5,583 | 3 | 11,855 | 4,376 | 1 | 6,304 | 5,742 | 1 | 8,499 | 9,092 | -14.8% | 34.8% | 58.3% |
| <i>Ajustes***</i> | | 0 | | | 17,582 | | | 26,327 | | | 0 | | | -100.0% | |
| Balanza Comercial - Total | | -581,487 | | | -16,475 | | | 164,597 | | | 289,664 | | | 76.0% | |
| <i>Bal. Comercial - Petrolera</i> | | 350,507 | | | 806,839 | | | 1,219,033 | | | 1,848,866 | | | 51.7% | |
| <i>Bal. Comercial - No petrolera</i> | | -931,994 | | | -823,314 | | | -1,054,437 | | | -1,559,202 | | | -47.9% | |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 5: Balanza comercial

Análisis recaudación tributaria (SRI)



Fuente: SRI
Elaboración: CEA

Gráfico 15: Recaudación tributaria

Al año 2011 se recaudó USD 8.570,30 millones, aproximadamente USD 500 millones más que en el año 2010, esto es debido a las nuevas reformas tributarias aprobadas en el año 2011.

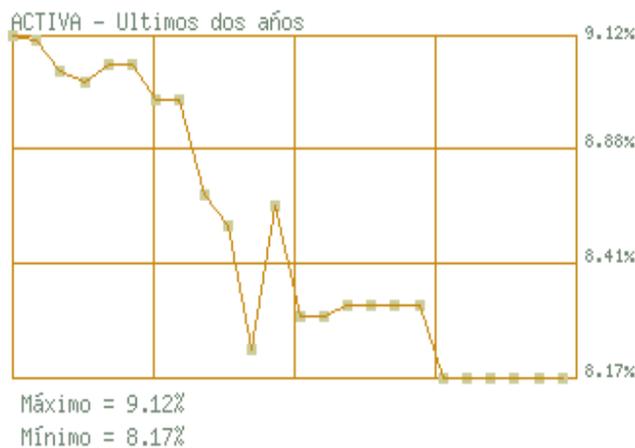
Análisis de las tasas de interés

Para el mes de enero de 2012 las tasas referenciales son: activa 8,17 %, pasiva 4,53% y máxima convencional 9,33 %, la misma no ha cambiado desde el 2009. La tasa productiva corporativa referencial se ubica en 8,17%, productivo empresarial referencial 9,53%, productivo PYMES referencial 11,20%, de consumo referencial 15,91%, vivienda referencial 10,64% y micro crédito minorista referencial 28,82%.

| Tasas de interés Diciembre 2010 | Tasas Referenciales | Tasas Máximas |
|-----------------------------------|---------------------|---------------|
| | % Anual | |
| Productivo Corporativo | 8,17 | 9,33 |
| Productivo Empresarial | 9,53 | 10,21 |
| Productivo PYMES | 11,20 | 11,83 |
| Consumo | 15,91 | 16,30 |
| Vivienda | 10,64 | 11,33 |
| Microcrédito Acumulación Ampliada | 22,44 | 25,50 |
| Microcrédito Acumulación Simple | 25,20 | 27,50 |
| Microcrédito Minorista | 28,82 | 30,50 |

Fuente: BCE
Elaboración: CEA

Tabla 6: Tasas de interés diciembre



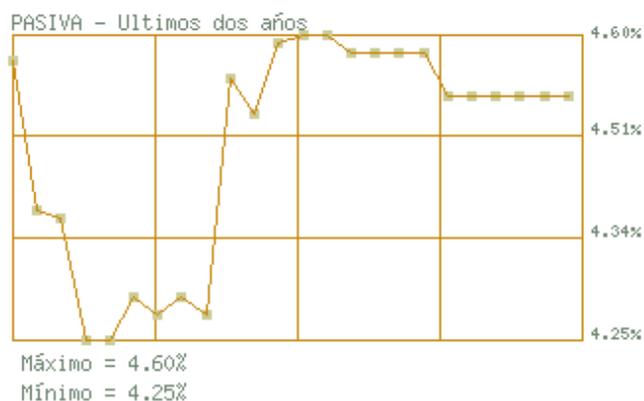
| FECHA | VALOR |
|--------------------|--------|
| Marzo-31-2012 | 8.17 % |
| Febrero-29-2012 | 8.17 % |
| Enero-31-2012 | 8.17 % |
| Diciembre-31-2011 | 8.17 % |
| Noviembre-30-2011 | 8.17 % |
| Octubre-31-2011 | 8.17 % |
| Septiembre-30-2011 | 8.37 % |
| Agosto-31-2011 | 8.37 % |
| Julio-31-2011 | 8.37 % |
| Junio-30-2011 | 8.37 % |
| Mayo-31-2011 | 8.34 % |
| Abril-30-2011 | 8.34 % |
| Marzo-31-2011 | 8.65 % |
| Febrero-28-2011 | 8.25 % |
| Enero-31-2011 | 8.59 % |
| Diciembre-31-2010 | 8.68 % |
| Noviembre-30-2010 | 8.94 % |
| Octubre-30-2010 | 8.94 % |
| Septiembre-30-2010 | 9.04 % |
| Agosto-31-2010 | 9.04 % |
| Julio-31-2010 | 8.99 % |
| Junio-30-2010 | 9.02 % |
| Mayo-31-2010 | 9.11 % |
| Abril-30-2010 | 9.12 % |

Fuente: BCE

Realizado por: BCE

Gráfico 16: Tasa activa 2010-2011

La tasa activa en el Ecuador no ha sufrido grandes variaciones desde el año 2010, incluso las tasas empezaron a disminuir hasta llegar a mantenerse en 8.17%.



| FECHA | VALOR |
|--------------------|--------|
| Marzo-31-2012 | 4.53 % |
| Febrero-29-2012 | 4.53 % |
| Enero-31-2012 | 4.53 % |
| Diciembre-31-2011 | 4.53 % |
| Noviembre-30-2011 | 4.53 % |
| Octubre-31-2011 | 4.53 % |
| Septiembre-30-2011 | 4.58 % |
| Agosto-31-2011 | 4.58 % |
| Julio-31-2011 | 4.58 % |
| Junio-30-2011 | 4.58 % |
| Mayo-31-2011 | 4.60 % |
| Abril-30-2011 | 4.60 % |
| Marzo-31-2011 | 4.59 % |
| Febrero-28-2011 | 4.51 % |
| Enero-31-2011 | 4.55 % |
| Diciembre-31-2010 | 4.28 % |
| Noviembre-30-2010 | 4.30 % |
| Noviembre-29-2010 | 4.28 % |
| Octubre-30-2010 | 4.30 % |
| Septiembre-30-2010 | 4.25 % |
| Agosto-31-2010 | 4.25 % |
| Julio-31-2010 | 4.39 % |
| Junio-30-2010 | 4.40 % |
| Mayo-31-2010 | 4.57 % |

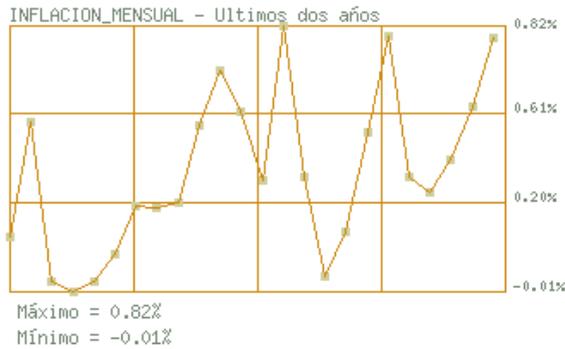
Fuente: BCE

Realizado por: BCE

Gráfico 17: Tasa pasiva 2010-2011

Al observar esta gráfica se puede apreciar que ocurre exactamente lo mismo que en la tasa activa, la tasa pasiva no posee grandes variaciones y en el año 2011 mes a mes empieza a disminuir hasta que en el mes de Octubre del 2011 la tasa pasiva se mantiene en 4.53%.

Análisis de la inflación



| FECHA | VALOR |
|--------------------|---------|
| Febrero-29-2012 | 0.78 % |
| Enero-31-2012 | 0.57 % |
| Diciembre-31-2011 | 0.40 % |
| Noviembre-30-2011 | 0.30 % |
| Octubre-31-2011 | 0.35 % |
| Septiembre-30-2011 | 0.79 % |
| Agosto-31-2011 | 0.49 % |
| Julio-31-2011 | 0.18 % |
| Junio-30-2011 | 0.04 % |
| Mayo-31-2011 | 0.35 % |
| Abril-30-2011 | 0.82 % |
| Marzo-31-2011 | 0.34 % |
| Febrero-28-2011 | 0.55 % |
| Enero-31-2011 | 0.68 % |
| Diciembre-31-2010 | 0.51 % |
| Noviembre-30-2010 | 0.27 % |
| Octubre-31-2010 | 0.25 % |
| Septiembre-30-2010 | 0.26 % |
| Agosto-31-2010 | 0.11 % |
| Julio-31-2010 | 0.02 % |
| Junio-30-2010 | -0.01 % |
| Mayo-31-2010 | 0.02 % |
| Abril-30-2010 | 0.52 % |
| Marzo-31-2010 | 0.16 % |

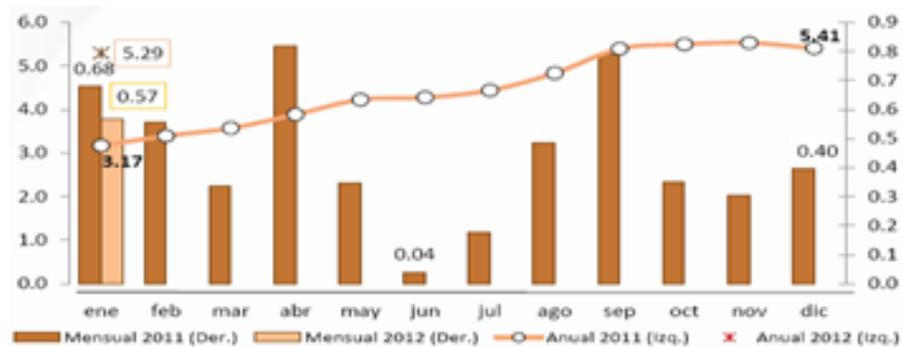
Fuente: BCE

Realizado por: BCE

Gráfico 18: Tasa de inflación 2010-2011

La inflación anual del año 2011 fue 5,41%; a comparación con el anterior año tuvo un incremento, ya que en el 2010 la inflación fue de 3,33%.

Si se observa en el grafico 20 se aprecia que la inflación del mes de enero del año 2012 tiene una variación que aumenta en el mes de febrero del 2012.

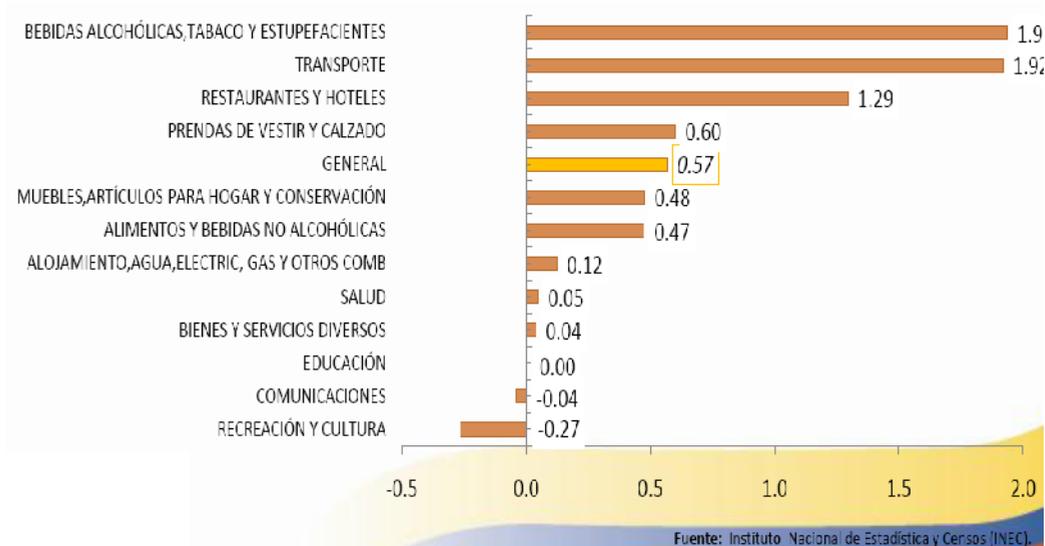


Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Gráfico 19: Tasa de inflación mensual y anual

La inflación mensual del IPC de enero de 2012 fue de 0.57% , porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del 2011 (0.68%). El resultado general de 0.57% se atenuó por la deflación en las divisiones de consumo relacionadas con comunicación, recreación y cultura.



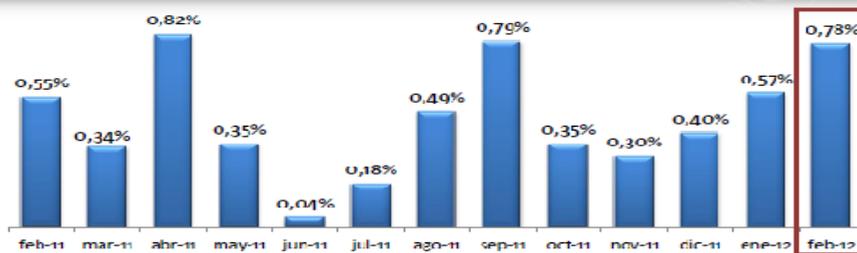
Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Gráfico 20: Tasa de inflación por divisiones de consumo

La inflación en prendas de vestir y calzado fue del 0.60 %, esto se debe a que incrementaron los aranceles en las importaciones provocando que la materia prima suba su precio.

Inflación: febrero 2012



| MES | ÍNDICE | ACUMULADA | ANUAL | MENSUAL |
|--------------|--------|-----------|-------|---------|
| Enero-11 | 129,87 | 0,68% | 3,17% | 0,68% |
| Diciembre-11 | 135,97 | 5,41% | 5,41% | 0,40% |
| Enero-12 | 135,74 | 0,57% | 5,29% | 0,57% |
| Febrero-12 | 137,80 | 1,35% | 5,53% | 0,78% |

Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Gráfico 21: Tasa de inflación febrero 2012

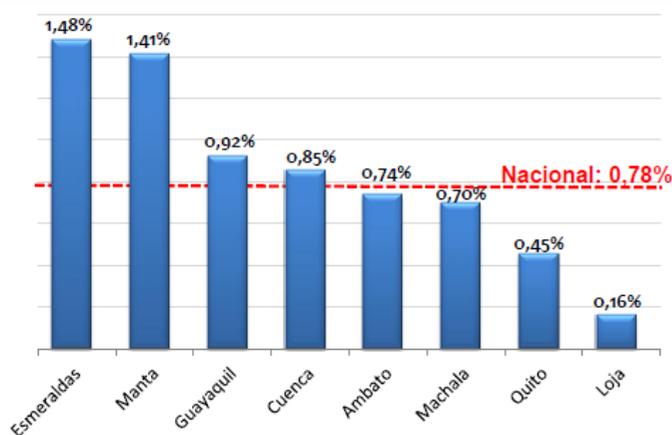
El promedio de la inflación es de 0.78% al mes de febrero mostrando un incremento, este es un factor negativo ya que suben los precios.

Inflación mensual por ciudades y regiones

Costa: 1,12%



Sierra: 0,49%



Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Gráfico 22: Inflación mensual por ciudades y por regiones

La inflación en la ciudad de Quito es una de las más bajas, este es un factor positivo para que el proyecto pueda tener éxito.

Los diez artículos de mayor incidencia en la inflación mensual 0,78 (los que hicieron que el IPC aumente)

| Productos Agrícolas | | | |
|--------------------------------|-------------|-----------|---------------|
| Artículo | Ponderación | Variación | Incidencia |
| Tomate riñón | 0,0049 | 36,42% | 0,1206 |
| Arveja tierna | 0,0017 | 25,25% | 0,0406 |
| Presas de pollo | 0,0162 | 2,34% | 0,0366 |
| Cebolla paiteña | 0,0037 | 6,79% | 0,0270 |
| Naranja | 0,0024 | 8,09% | 0,0214 |
| Tréjol seco | 0,0012 | 17,14% | 0,0154 |
| Subtotal | | | 0,2566 |
| Servicios | | | |
| Artículo | Ponderación | Variación | Incidencia |
| Taxi | 0,0082 | 16,25% | 0,0772 |
| Almuerzos | 0,0451 | 1,37% | 0,0489 |
| Médico especialista (consulta) | 0,0056 | 8,18% | 0,0413 |
| Suministro de agua | 0,0197 | 2,16% | 0,0315 |
| Subtotal | | | 0,1989 |

Los diez artículos de menor incidencia en la inflación mensual 0,78 (los que hicieron que el IPC baje)

| Productos Manufacturados | | | |
|--------------------------|-------------|-----------|----------------|
| Artículo | Ponderación | Variación | Incidencia |
| Pan corriente | 0,0187 | -2,52% | -0,0143 |
| Queso de cocina | 0,0050 | -4,30% | -0,0053 |
| Leche en polvo | 0,0032 | -3,60% | -0,0027 |
| Galletas | 0,0010 | 4,04% | 0,0018 |
| Subtotal | | | -0,0241 |
| Productos Agrícolas | | | |
| Artículo | Ponderación | Variación | Incidencia |
| Papa chola | 0,0071 | -4,97% | -0,0110 |
| Limón | 0,0018 | -11,08% | -0,0054 |
| Plátano maduro | 0,0009 | -6,91% | -0,0022 |
| Piña | 0,0008 | -7,69% | -0,0019 |
| Meloco | 0,0004 | -10,63% | -0,0017 |
| Culantro | 0,0006 | -10,70% | -0,0017 |
| Subtotal | | | -0,0239 |

Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Tabla 7: Diez artículos de mayor incidencia

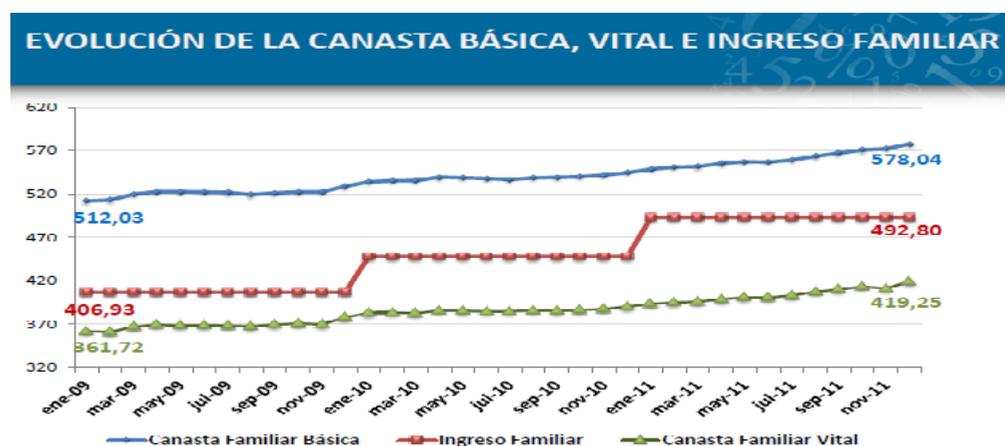
Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Tabla 8: Diez artículos de menor incidencia

En las tablas 7 y 8 se puede observar que el incremento de la inflación es mayor en productos comestibles más no en materias primas que sirven para la confección de prendas de vestir.

1.3.10. Análisis de los ingresos por familia



Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Gráfico 23: Evaluación de la canasta básica, vital e ingreso familiar

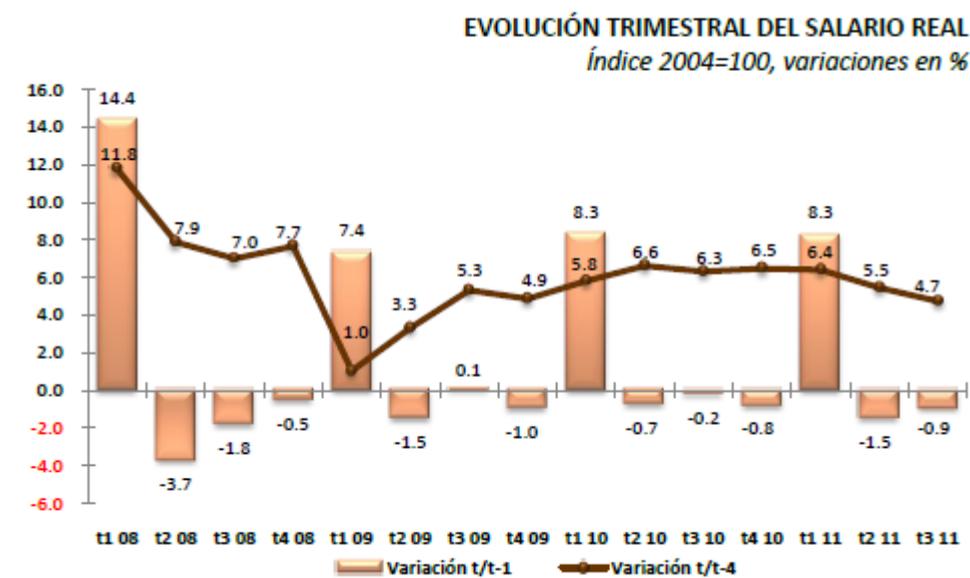
El ingreso familiar ha incrementado lo que quiere decir que el poder adquisitivo también, si se hace referencia con el grafico 23 se puede observar que el consumo con tarjeta de crédito también se ha elevado.



Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Gráfico 24: Cobertura del presupuesto familiar



Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: BCE

Realizado por: BCE

Gráfico 25: Evolución trimestral del salario real

Al analizar desde el punto de vista de los salarios, se tiene que, en el tercer trimestre de 2011, la evolución del salario real trimestral se redujo en -0.9% respecto al trimestre anterior y registra un incremento de 4.7% al comparárselo con el tercer trimestre del año 2010.

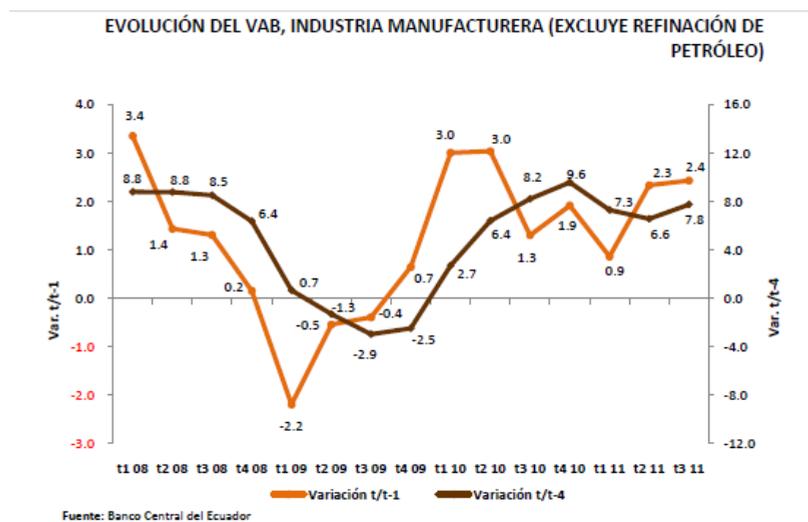
| Salario | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Salario | mar-11 | abr-11 | may-11 | jun-11 | jul-11 | ago-11 | sep-11 | oct-11 | nov-11 | dic-11 |
| Nominal Promedio (Dólares) | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 | \$ 307,83 |
| Índice Real Promedio (ene-dic/04=100) | \$ 141,26 | \$ 140,11 | \$ 139,63 | \$ 139,58 | \$ 139,33 | \$ 138,66 | \$ 137,57 | \$ 137,09 | \$ 136,67 | \$ 136,13 |

Fuente: INEC

Realizado por: INEC

Tabla 9: Evolución de salario

Al terminar el año 2011, podemos ver que el sueldo promedio fue de 307.83 dólares, restando los gastos básicos de cada persona en el año 2011 el salario promedio real fue de 136.13.



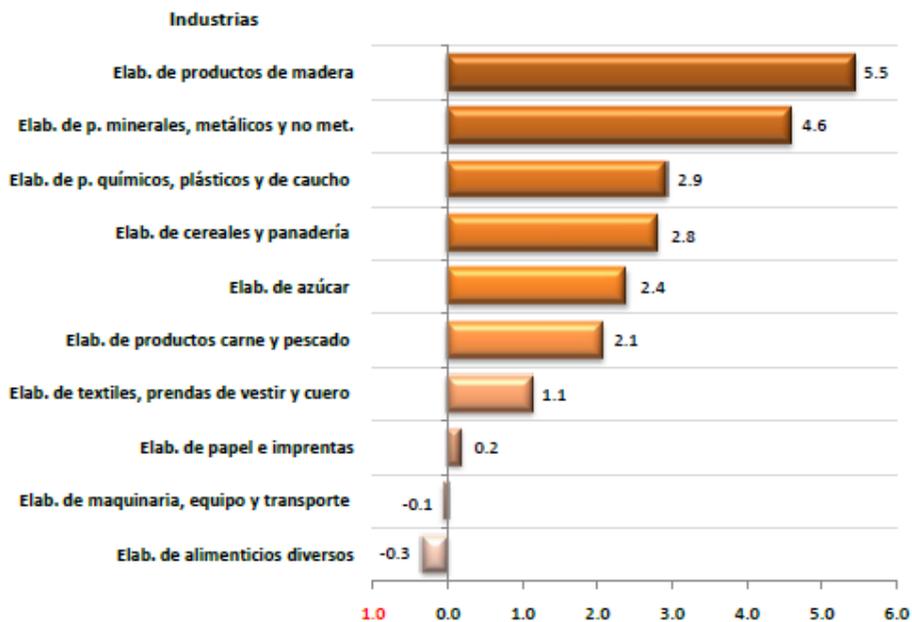
Fuente: BCE

Realizado por: BCE

Gráfico 26: Evolución del VAB

La industria manufacturera en el tercer trimestre del 2011, presentó un incremento de 2.4% con relación al trimestre anterior y su contribución al crecimiento del PIB fue positivo en 0.34%. El VAB de esta industria registró un aumento de 7.8%, en relación con el tercer trimestre de 2010.

EVOLUCIÓN DEL VAB, INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
Tercer trimestre de 2011



Fuente: Banco Central del Ecuador

Fuente: BCE

Realizado por: BCE

Gráfico 27: Evolución del VAB, industrias manufactureras

1.3.11. Análisis PEST

| No. | Indicadores Económicos | Oportunidades | Amenazas | Nivel de Impacto | | | |
|-----|------------------------|---------------|----------|------------------|------|-------|------|
| | | | | Nulo | Bajo | Medio | Alto |
| 1 | PIB | X | | | | | X |
| 2 | TASA DE DESEMPLEO | X | | | | X | |
| 3 | INGRESOS FAMILIARES | X | | | | | X |
| 4 | INFLACION | | X | | | | X |
| 5 | TASAS DE INTERES | X | | | | | X |
| 6 | RIESGO PAIS | | X | | | | X |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo
CONFIANZA

Tabla 10: Matriz resumen de análisis PEST EMPRESARIAL

El PIB es una oportunidad ya que ha incrementado en este año, esto se debe a que las exportaciones se han elevado y las importaciones han disminuido teniendo un crecimiento económico hasta el mes de febrero del 5% lo cual es bueno.

En cuanto al factor económico el Ecuador se ve beneficiado en todos los aspectos excepto en el riesgo país ya que este ha incrementado.

A la inflación se la considera como una amenaza ya que para el mes de febrero esta ha tenido variaciones y actualmente sigue en crecimiento.

Los ingresos familiares son considerados como una oportunidad ya que para el término del año 2011 estos han incrementado por cada familia.

Las tasas de interés son una oportunidad porque estas se han mantenido iguales por los últimos meses.

El riesgo país es una amenaza ya que este tiene fluctuaciones en aumento y al momento se mantiene en 6% lo cual es malo para el país, y para la industria ya que no invertirán en nuestro país.

La confianza empresarial ha disminuido es por ello que esta es considerada como una amenaza.

A la tasa de desempleo la consideramos como una oportunidad porque esta ha disminuido brindando una mejora en la economía del país.

Factor social

Ingreso de ropa al país de manera ilegal

Esta manera de comercio, ha existido desde hace ya muchos años, y ha servido como origen de grandes fortunas a nivel mundial. Por desgracia Ecuador también sufre de este mal y muchos comerciantes inescrupulosos han aplicado esta vía para traer mercancías al país.

Según un análisis realizado por la AITE, esto del contrabando textil tiene un mercado que se sitúa entre 150 y 200 millones de dólares al año, sin considerar lo que se ingresa al país ilegalmente por las fronteras con Perú y Colombia, además que de cuyos ingresos no existe registro alguno. Una de las formas utilizadas con mucha frecuencia para realizar este acto ilegal es la subfacturación de importaciones, así como la falsa clasificación arancelaria de las mismas. (AITE)

La decisión del Gobierno Nacional de iniciar con medidas de salvaguardia en cuanto a la restricción de importaciones, ha puesto al descubierto la oportunidad de producción para el país.

La elaboración de este estudio es precisamente aprovechar un elemento de gran importancia para la economía como es el de la producción de prendas de vestir, en nuestro país y especialmente en Quito.

El sector textil ecuatoriano ha pasado por severas circunstancias en los últimos años, y como consecuencia de ello muchas industrias pequeñas se han visto en la necesidad de declararse en quiebra ya que el intento de competir con marcas internacionales, y con precios muy bajos en el mercado, no les ha sido factible. Para este tipo de empresas ha sido muy difícil mantenerse en el mercado a partir de la

dolarización, cabe mencionar que las empresas hoy en día se enfrentan a grandes problemas como lo son el contrabando y los productos provenientes de China.

Es por ello que con este proyecto se busca mejorar los precios y ofrecer buena calidad para que así los consumidores prefieran productos nacionales.

(Ministerio de Coordinación de la Producción)



Realizado por: Ministerio de coordinación de la producción

Gráfico 28: Situación actual de la industria textil

En forma individual algunas compañías han cambiado o están cambiando sus procesos en la confección de sus productos para satisfacer los requerimientos de los mercados internacionales.

Si se ve bien Ecuador tiene el potencial necesario para aumentar su producción en el sector de las confecciones para lo cual, requiere de mayor capacitación y entrenamiento de empresarios y trabajadores.

Factor tecnológico

La tecnología es un factor importante ya que afecta a las organizaciones. Gracias a las innovaciones tecnológicas en las industrias se puede conseguir mejoras.

La tecnología tiene como principal función llegar a la satisfacción de deseos.

La industria Ecuatoriana, según datos del libro Ecuador y su realidad el valor del PIB otorgado para investigación y desarrollo en Estados Unidos es de 2,8%, en Japón del 2,6% y en la Comunidad Económica Europea es de 2%, mientras que en Ecuador apenas se destina un 0,2% del PIB. Por lo que no se le considera a Ecuador como una amenaza. Además al considerar el número de personas que se dedican a la investigación científica y técnica, en América Latina es baja; entre los más altos se encuentra Uruguay con 7 personas por cada 1000 habitantes, en Costa Rica con 5 y en Ecuador con apenas 2 personas. Existió un ligero aumento en cuanto a acreditaciones ISO 9000 que pasaron de 2 a 57 y de ISO 14000 de 2 a 11. Se debe tomar en cuenta que las tecnologías constituyen tanto una oportunidad como una amenaza significativa de mucha importancia. En el Ecuador existen varias empresas que quebraron o decidieron vender a multinacionales para ya no velar por el desarrollo de sus compañías. (repositorio)

El factor de la tecnología en si es una oportunidad para la industria textil de confecciones, la tecnología es de alto impacto, debido a que hoy en día se puede importar maquinaria textil de confecciones, las cuales pueden realizar prendas textiles de mejores acabados, así como de mayor durabilidad, y mayor velocidad, ayudando de esa forma a realizar economías a escala para poder tener precios competitivos, y si existe un manejo adecuado de las alianzas, se alcanzar un liderazgo de investigación y desarrollo de sus productos de vanguardia en el campo textil de confecciones, de igual forma adquiriendo una fuerza de ventas más profesional y técnica, para lograr tener un mayor nivel de ventas e incrementar la participación en el mercado.

Matriz del análisis del macro ambiente

| No. | Indicadores Económicos | Oportunidades | Amenazas | Nivel de Impacto | | | |
|-----|---------------------------|---------------|----------|------------------|------|-------|------|
| | | | | Nulo | Bajo | Medio | Alto |
| 1 | PIB | X | | | | | X |
| 2 | TASA DE DESEMPLEO | X | | | X | X | |
| 3 | INGRESOS FAMILIARES | X | | | | | X |
| 4 | INFLACION | | X | | | | X |
| 5 | TASAS DE INTERES | X | | | | | X |
| 6 | RIESGO PAIS | | X | | | | X |
| 7 | CONFIANZA EMPRESARIAL | | X | | | X | |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 11: Matriz de análisis del macro ambiente

Al considerar la matriz del análisis del macro ambiente se puede observar que el nivel de impacto es muy alto, pero se la considera como oportunidad. En el ámbito socio-cultural se lo toma como una oportunidad ya que este medio en cuanto a prendas de vestir es uno de los más rentables. Los factores político-legal son una oportunidad por las medidas arancelarias que ha tomado el gobierno para incentivar la producción nacional.

El factor tecnológico es una amenaza ya que este no está aún desarrollado en el país, y no se cuenta con tecnología de punta. En síntesis se puede decir que en todo el análisis macro ambiental, hay un resultado favorable ya que las oportunidades son constantes a excepción del factor tecnológico.

1.3.12. Análisis de los factores del micro ambiente



Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Gráfico 29: Análisis de sectores del micro ambiente

Estructura del sector textil.

El sector de la distribución y producción de productos textiles enmarca a todas las empresas que se dedican a la comercialización y producción de prendas de vestir, cualquiera que sea su forma. Las principales características de cada una de las cinco fuerzas de Porter serían las siguientes:

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Se determina que un mercado o segmento es atractivo en función de que las barreras de entrada sean fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado. (mercadeo)

Aplicando a la industria textil se puede decir que:

- La manera y el ritmo que llevan las empresas textiles es de crecimiento reducido, ya que se encuentra en fase de madurez.
- Las barreras de salida son escasas en la distribución y elevadas en la producción.

- Los costes de almacenamiento son bajos al considerar que los productos no son perecibles.
- No existe una gran diferenciación en cuanto a la calidad de los productos textiles, por lo que la elección de los consumidores se basa en el precio y en la marca.

Competidores potenciales.

Aplicando a la industria textil se tiene que:

- No hay restricciones administrativas, lo cual genera mayor facilidad para la creación de empresas y microempresas que deseen competir en el mercado.
- En cuanto a la producción se puede decir que si existen barreras de entrada por la existencia de economías de escala y el capital mínimo necesario es mediano.
- Las posibilidades de reacción de las empresas ya establecidas ante los nuevos entrantes son reducidas ya que no les ven como una amenaza.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. (mercadeo)

- Al aplicar a la industria textil la amenaza de ingreso de productos sustitutos se puede considerar que no existe ya que no hay en el mercado productos sustitutos para los artículos textiles, si se toma en cuenta como única función la de vestir.

Poder negociador de los clientes.

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy

diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás. (mercadeo)

Al aplicar a la industria textil se tiene que:

- Los clientes del sector textil son muy numerosos y no poseen la información necesaria para defender sus intereses.
- No puede negociar ya que el volumen de compra del cliente es pequeño.
- Existen cambios significativos en los hábitos de compra del consumidor estos pueden ser: por cambios demográficos, de estilo de vida, cultural o tecnológico, que implican nuevos arreglos o cambios en la demanda del producto.

Poder negociador de los proveedores.

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante. (mercadeo)

Al aplicar a la industria textil se tiene que:

- Existe una cantidad amplia de proveedores, lo que origina que el cliente presione y trate de imponer condiciones favorables a sus intereses.
- Los productos que se distribuyen son almacenables y no perecederos, el único problema son los cambios que se presentan en la moda.

1.4 Justificación

Es de gran importancia abordar este tema investigativo, ya que esta idea nace del deseo de ofrecer un aporte a la sociedad ecuatoriana respecto a su identidad, en este país la producción de prendas de vestir se ve supeditada a modas extranjeras que no consideran los aspectos y costumbres sociales, culturales y económicas de países latinoamericanos como el Ecuador.

En la actualidad los modelos atractivos de prendas de vestir los poseen únicamente tiendas de ropa de marcas costosas y extranjeras, mientras que las empresas productoras propias del país se limitan a modelos clásicos de ropa deportiva sin considerar apropiadamente las exigencias del consumidor, o en todo caso cumplen con las mínimas necesidades requeridas por los mismos, se considera que el éxito de una empresa está basado en el valor agregado que se genera en los productos que esta ofrece y en base a este precepto se ha definido generar productos novedosos para la comunidad, se desea enfocar el esfuerzos en la producción de ropa deportiva que tenga modelos creativos y que puedan ser usados no solo para realizar deporte, esperando entregar al cliente prendas de vestir versátiles, cómodas y elegantes.

La creación de esta empresa será una herramienta que permitirá que a mediano y largo plazo traiga una mejora continua en el sector, puesto que la creación de competencia con visión motiva a los demás productores a desarrollar productos innovadores y esto incrementa la producción en el país.

Este será un valor agregado de la empresa para generar un cambio de mentalidad para lograr ser más objetivos en las preferencias de los clientes y generar posicionamiento en el consumidor final quien esperamos se enamore de la marca y también del Ecuador.

Es una investigación enteramente factible pues como se mencionó anteriormente existe acceso a información confiable y actualizada referente al tema, además se cuenta con los recursos económicos necesarios para consumir la investigación propuesta.

1.5 Problema de investigación



Realizado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Gráfico 30: Árbol de problemas

1.5.1. Definición del problema

En la producción nacional se encuentra gran variedad en prendas de vestir con diseños clásicos o variados en función de modas generalmente impuestas por otros países, al ser un país en vías de desarrollo se ha dejado de lado la calidad del servicio y producto las causas son varias debido a que por adquirir cosas de bajo costo, los compradores pueden perder el enfoque de combinar las prendas de manera apropiada, las empresas proveedoras de prendas de vestir se enfocan únicamente en la venta del producto dejando de lado la asesoría de imagen que se podría ofrecer al cliente.

Las prendas que suelen ser atractivas para el cliente cuentan con los siguientes impedimentos para que puedan ser adquiridos

Modelo innovador y moderno = Altos costos

La idea de dar una solución a éste inconveniente nace del deseo de ofrecer un aporte a la sociedad ecuatoriana respecto a la identidad, en el país la producción de prendas de vestir se ve supeditada a modas extranjeras que no consideran los aspectos y costumbres sociales, culturales y económicas de países latinoamericanos como el nuestro.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

- Desarrollar los planes de acción para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito acompañados de asesoría de imagen para cada cliente.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Determinar el mercado la empresa a través de un estudio de mercado en la ciudad de Quito, para obtener el nicho apropiado de los productos.
- Identificar la estrategia de marketing apropiada a través del análisis de comportamiento de consumidor para impulsar el uso de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito, y así lograr ser una nueva alternativa de prendas de vestir.
- Definir el sistema técnico apropiado a través de un benchmarking para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito.

- Definir el sistema administrativo y legal para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos en la ciudad de Quito.
- Establecer la estructura financiera para la creación de una empresa textil en el Ecuador tenga mayor apoyo tanto científico como económico, porque es uno de los sectores que da un alto desarrollo a la economía del país.

1.7 Beneficiarios de la propuesta de intervención

- En calidad de estudiantes egresadas de la carrera de administración de empresas, las autoras de este proyecto serán directamente beneficiarias al constituirse como el último paso necesario para obtener la titulación, además de aplicar los conocimientos adquiridos en un negocio de su propiedad y constituirse como verdaderas emprendedoras.
- El talento humano que será contratado para llevar a cabo las acciones necesarias para obtener el producto terminado.

- **Universidad Politécnica Salesiana**

Cumple con un factor de proveer de profesionales a la colectividad empresarial ecuatoriana, además este proyecto puede ayudar a que se considere en un futuro la fidelidad de los clientes a la marca en el país.

- **Estudiantes de la universidad**

Los y las estudiantes que tengan acceso a este trabajo investigativo pues será una pequeña muestra de la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en la misma.

- **Sociedad**

Beneficia a la sociedad mediante el pago de impuestos que desembocan en obras para todos, en la generación de plazas de trabajo, y al brindar una mejora en la educación y poder proveer bachilleres capacitados y aptos.

1.8 Fundamentación teórica del proyecto.

1.8.1 Parte I – Términos a usarse

Empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva con diseños modernos y asesoría de imagen en la ciudad de Quito.

Empresa: "La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio" (Promonegocios)

Fabricación: "La fabricación transforma las materias primas en productos. Desde una camisa hasta un avión, casi todo lo que usamos está fabricado. Puede hacerse a mano (de forma artesanal) o a base de maquinaria (de forma automática)" (wikipedia)

Comercialización: "Comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización, en este sentido, es ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo". (definición)

Ropa Deportiva: "La ropa de deporte es ropa diseñada para practicar deportes, es distinta dependiendo de la situación y el deporte. Es diseñada para darle una mayor comodidad al deportista y mayor facilidad a la hora de ejercer el deporte" (definición)

Diseños: "Del italiano *disegno*, la palabra diseño se refiere a la traza o delineación de un edificio o de una figura. Se trata, por ejemplo, de la concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie." (definición)

Modernos: “perteneciente a la época actual. Que sucedió recientemente. m. Lo que en cualquier época es considerado contrapuesto a lo clásico” (definición)

Parte II – Fundamentación teórica

La presente propuesta tiene su fundamentación teórica en una serie de teorías administrativas que de una u otra forma se aplican a la creación de la mencionada empresa, dentro de ellas existen:

Teoría de mercados

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada. (Gestiopolis)

Esta teoría ayuda a conocer el comportamiento de los mercados a los cuales se los considera como rivales o competidores, también permite determinar cuál es el tipo de mercado al cual se quiere dirigir y ayuda a segmentar correctamente el mercado para obtener éxitos en las ventas del producto. Por otro lado permite establecer las adecuadas estrategias tanto de precios como de productos mediante el uso del marketing mix.



Realizado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Gráfico 31: Diagrama del estudio de mercado

Producto: Es un bien tangible transformado o no transformado que se ofrece a un determinado mercado, dentro de su clasificación se tiene:

- **Subproductos:** Por lo general se originan subproductos al momento de la fabricación del producto principal y depende del uso que se les dará.

- **Productos sustitutos.** Estos son productos con características similares o parecidas a productos existentes ya en el mercado a los cuales se les considera que pueden competir en el mercado.

- **Productos complementarios:** Son aquellos que ayudan a ver si el uso o consumo del producto se encuentra condicionado por la disponibilidad de otros bienes y servicios.

Demanda: Son las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir.

Proyección de la demanda: Son los cambios futuros o incrementos que se dan no sólo de la demanda, sino también de la oferta y de los precios, se pueden conocer con cierta exactitud si se usan técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente.

Oferta: Analiza las cantidades que se suministran a los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado.

Mercado potencial: Consiste en proyectar las cantidades del producto que los consumidores estarían dispuestos a consumir a los diferentes niveles de precios previstos. Es por ello que es necesario calcular la demanda insatisfecha.

Comercialización: Son todas las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final los cuales pueden generar costos para el proyecto.

Investigación de mercado: “Es una de las funciones de la mercadotecnia que se encarga de obtener y proveer datos e información para la toma de decisiones relacionadas con la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, dando a conocer qué necesidades o deseos existen en un determinado mercado, quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, cuáles son sus características, cuál es su grado de predisposición para satisfacer sus necesidades o deseos, entre otros.”(Promonegocios)

Segmentación de mercado: "el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización"(Promonegocios)



CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Introducción al estudio de mercado

Un estudio de mercado ayuda a determinar la cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir el bien o servicio que se va a ofertar, se analiza cuál sería el lugar propicio dentro de un espacio definido, y a qué precio están dispuestos a obtener el bien o servicio.

Finalmente, el estudio de mercado analiza cuales son los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar, si estos están acorde a lo que se necesita o si se puede crear nuevos canales de distribución

2.1.1. Objetivo del estudio de mercado

Al presente estudio de mercado se lo enfoca principalmente al análisis del sector o segmento al que desea llegar con la finalidad de conocer que tan aceptado puede llegar a ser el producto ofertado y en que magnitud se puede llegar a expandir la empresa con la producción de ropa deportiva la cual va a tener modelos creativos y que puedan ser usados no sólo para realizar deporte, esperamos entregar al cliente prendas de vestir versátiles, cómodas y elegantes.

El estudio de mercado analizará los siguientes aspectos.

2.1.2. Definición de los productos del proyecto.

Los productos a analizarse en este estudio son ternos variados entre camiseta y pantalón o sudadera y pantalón, realizados en tela vioto con 30% algodón y 70% poliéster, los modelos se pueden definir como modernos debido a que son diseñados en función de cada tipo de cuerpo establecido por el estudio de la morfología y la colorimetría, de esta manera las prendas de vestir que se ofrecen se adaptan a los clientes.

Descripción del producto

Se ha generado una colección de cinco diseños de conjuntos deportivos que permiten que los potenciales clientes realcen su belleza intensificando sus atributos

con la finalidad de que las prendas se adapten de manera ergonómica según cada tipo de cuerpo.

En función de cada tipo de cuerpo se ha definido la primera colección de ropa denominada “tersa” debido a que estas prendas se convierten en parte indispensables del closet de una mujer espontánea, siempre activa y natural como su piel.

Para poder profundizar el conocimiento acerca de la ventaja competitiva de la empresa “Segunda Piel” es pertinente conocer los conceptos de asesoría de imagen en vestuario y los beneficios de un asesor de imagen:

Asesoría de imagen

La industria de la moda dio su primer enfoque en el análisis de color e imagen a comienzos de los años cuarenta, concentrándose en países europeos donde sólo diseñadores, modelos y filmes utilizaban esta técnica; fue ya a principios de los años 70 que empezó a evolucionar con más auge y tuvo mayor reconocimiento. Empresas como “House of Colour”, que tiene su matriz en Inglaterra, ha estado en el mercado desde 1985 ofreciendo el servicio de asesoría de imagen. Esta empresa se ha expandido a varios países de Europa, llegando incluso a países de Latinoamérica como México y Argentina. (ofcolor)

La asesoría de imagen es un rubro comercial relacionado con la producción de la imagen personal o el llamado look.

Recientemente han hecho su aparición variadas empresas en este rubro, compuestas por equipos de maquilladores, estilistas, diseñadores de vestuario etc., y se desenvuelven en las esferas artísticas y políticas de Europa, Estados Unidos y últimamente en algunos países sudamericanos. Suelen ser empresas muy rentables. (wikipedia)

¿Qué es un asesor de imagen?

Un asesor de imagen tiene como finalidad potenciar y armonizar la imagen personal de un individuo, de un colectivo y de su entorno. Por tanto, asesora y supervisa la ejecución técnica. Y lo más importante, el asesor de imagen tiene como finalidad conseguir que al cliente- persona o empresa, transmita aquellas cualidades que desea proyectar.

Para ello se trabaja con los códigos derivados de los colores, líneas-formas, volúmenes, movimientos, olores, sonidos, hasta conseguir expresar las cualidades que se desean: en asesoría de imagen es lo que se llama iconología de la imagen personal o empresarial. [...] él asesor de imagen conoce al detalle todos los elementos que intervienen en la imagen personal, para poder ofrecer un servicio integral a sus clientes y cuenta con el soporte de técnicos especialistas, como peluqueros, esteticistas, maquilladores, logopedas, dietistas, etc. (tersabuera)

Asesoría de imagen en vestuario

El primer paso a dar en la asesoría de imagen en vestuario es conocer la clase de morfología y colorimetría que la cliente posee.

Cuando una persona quiere desviar la atención de alguna zona que no les gusta se puede colocar algo vistoso en un lugar opuesto.

Colorimetría

Existen cuatro tipos de armonía en los que cada persona se puede identificar:



Armonía cálida suave: caracterizada por una piel cetrina, cabellos castaños claros o rubios (no platinos) y ojos miel, marrones incluso verdes suaves. Elsa Pataki tiene armonía cálida suave. (lostinvogue).

Para este tipo de armonía es beneficioso utilizar colores como: blanco, morado, café, negro.

Armonía cálida intensa: propia de pieles morenas, cabellos castaños oscuros y ojos tanto marrones como verdes o miel.



Penélope Cruz es un claro ejemplo de armonía cálida intensa. (lostinvogue)

En este tipo de pieles es mejor utilizar colores verdes oscuros, azul, negro.



Armonía fría suave: pieles blancas que no se broncean con el sol, ojos azules o verdes claro y cabello rubio platino. Nicole Kidman es la máxima expresión de este tipo de armonía. (lostinvogue). Para este tipo de armonía se utilizan colores claros como es el caso del amarillo, mostaza, verde, negro.

Armonía fría intensa: se caracteriza por pieles blancas, casi transparentes, ojos claros y cabello negro. Zooey Deschanel es el claro ejemplo de armonía fría intensa. (lostinvogue)



Con esta armonía es aconsejable utilizar colores como: rosado, violeta, lila, negro, blanco.

Los tres bloques de colores principales que casi siempre se utilizan son amarillo el cual es un color cálido, el rosado un color intermedio, y el color azul que es frío.

Las armonías cálidas se ven potenciadas con colores fríos y las armonías frías destacan cuando se combinan con colores cálidos. Son denominados colores cálidos aquellos que van del rojo al amarillo en el círculo cromático. Los colores fríos son los comprendidos entre el azul y el verde en el círculo cromático.



Círculo de colorimetría

Fuente: (Círculo colorimétrico)

Morfología

Las siluetas varían en base al ancho de los hombros y caderas, así como de la cintura. Si bien no hay un tipo de cuerpo que objetivamente sea mejor que otro, culturalmente el cuerpo ideal para la mujer es el de reloj de arena, con lo que el objetivo de las recomendaciones es procurar dar la sensación de que tenemos este tipo de cuerpo que se caracteriza por tener hombros y caderas de igual o similar ancho y una cintura bien definida. (ellitoral)

 RELOJ DE ARENA

 TRIÁNGULO

 RECTÁNGULO

 OVALADO

 TRIÁNGULO INVERTIDO

Descripción:

 RELOJ DE ARENA

Tipo de cuerpo:

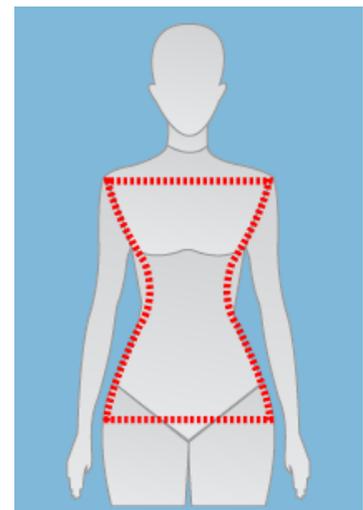
“Busto pronunciado, cintura definida, caderas con curvas, piernas estilizadas.

Celebridad con estas características:

Halle Berry, Salma Hayek, Catherine Zeta Jones, y Eva Méndez.

Objetivo:

Cuerpo con curvas. Tipo de cuerpo ideal por crear



Cuerpo Reloj de arena
Fuente: (entrebellas)

balance y proporción. El objetivo es acentuar las curvas sin caer en la vulgaridad.

Ropa:

1. No se debe utilizar ropa muy ancha ni tampoco muy estrecha.
2. Se tiene que atraerla atención hacia la cintura con cinturones, trajes cruzados y algunos tops con escote.
3. Se recomiendan camisas con escote en V y chamarras entalladas.
4. Utilizar accesorios de acuerdo al tamaño (grande, mediano y pequeño).
5. Recordar que se ve mejor y se proyecta una mejor imagen cuando hay balance entre accesorios y vestuario.
6. Aprovechar estos tipos de cuerpos por las curvas e intentar vestir de acuerdo a la personalidad”.(holamartin)

Ropa deportiva

Es necesario tener cuidado de que los detalles no afecten la silueta. Por ejemplo, si se usa una prenda superior oscura y una prenda inferior más clara, se puede crear el efecto visual de que las caderas son más anchas.

Un look monocromático será un excelente aliado ya que habitualmente las mujeres con este tipo de cuerpo no son demasiado altas y con esta herramienta podrán parecer más altas y esbeltas.

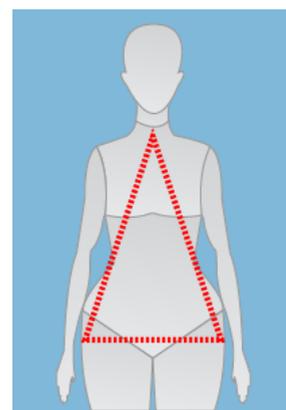
TRIÁNGULO

Tipo de cuerpo:

“Hombros estrechos, pequeño busto, cintura marcada, caderas y muslos anchos. Las tallas de ropa son más grandes en la parte de abajo que la de arriba.

Celebridad con estas características:

América Ferrera, Sara Ramírez, Shakira, y Beyonce.



Cuerpo Triángulo
Fuente: (entrebellas)

Objetivo:

Este tipo de cuerpo tiene una cintura fabulosa y muy femenina. El objetivo es balancear la parte inferior del cuerpo con la parte superior y hacer que los hombros luzcan más anchos. Buscar ropa que ayude a restar volumen a la parte inferior.

Ropa:

1. Buscar escotes y camisas estilo sastre con colores y vistosos, escotes pronunciados y vistosos accesorios para atraer la atención a la parte superior. Es recomendable chamarras o chaquetas con hombreras.
2. Las blusas y las camisas tienen que ser cortas o largas para evitar que lleguen al área de la cadera.
3. Utilizar vestidos de corte princesa o imperio. No usar bolsillos, cinturones y muchos detalles a la altura de la cadera.
4. Evitar las prendas muy apretadas, especialmente pantalones y faldas estrechas, y de colores claros en la parte inferior.
5. Llevar un vestido cruzado en lugar de un vestido largo con botones. Es preferible utilizar cualquier tipo de líneas verticales para lucir más delgada y estilizada.
6. Faldas tipo A, líneas trapecio y pantalones con telas fluidas y vaporosas sin bolsillos son apropiadas para este tipo de cuerpo. Es preferible que los jeans sean oscuros y de pierna ancha.
7. El abrigo tiene que ser angosto y al menos hasta la rodilla. Los bolsos se tienen que llevar por arriba de las caderas para no atraer más atención hacia esa área".(holamartin)

Ropa deportiva

Las mujeres que tienen las caderas visiblemente más anchas que los hombros deben intentar disimular el ancho de las caderas y agrandar visualmente el ancho de los hombros para que dé la sensación de hombros y caderas equilibrados, un rasgo característico del cuerpo reloj de arena.



Ropa deportiva para cuerpo triángulo

Fuente: (google)

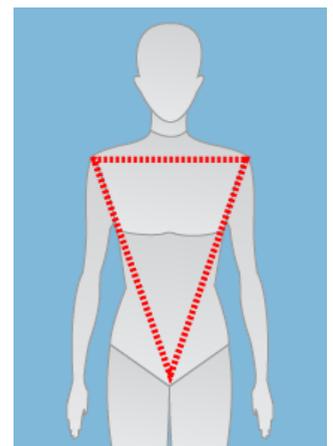
TRIÁNGULO INVERTIDO

Tipo de cuerpo:

“Hombros anchos, busto mediano, cintura normal, caderas estrechas y piernas delgadas. Cuerpo muy común entre la gente atlética.

Celebridad con estas características:
Madonna, Angélica Vale y Demi Moore

Objetivo: Piernas hermosas y las caderas permiten utilizar los estilos más actuales. También tiene busto con lo cual tiene que enfocar en marcar las curvas. Buscar ropa con forma pero no muy



Cuerpo triángulo invertido

Fuente: (entrebellas)

apretada. Dar más volumen en la parte inferior y disimular los hombros.

Ropa:

1. Primero es necesario asegurarse de llevar la talla de ropa interior apropiada, especialmente en el sostén.
2. No usar volantes, tops con tirantes delgados o camisas con materiales delicados y claros.
3. Utilizar camisas que no marquen los hombros y con escote tipo V en lugar de escotes muy anchos que acentúen los hombros. Usar vestidos con detalles en la cintura y debajo del busto para atraer la mirada hacia la cintura. Un cinturón ancho y bonito puede ayudarte a atraer la mirada a tu cintura.
4. Las chamarras o chaquetas tienen que ser estructuradas con uno o dos botones por debajo del busto (Ver que se puede cerrar la chaqueta).
5. No utilizar tops muy delgados con muchos botones para disimular el área del busto, estos hacen que se vean más grandes.
6. La ropa tiene que ser holgada, no muy estrecha.
7. Es preferible comprar una talla más grande y llevarla al sastre para ajustarla a la medida. Bolsillos en pantalones o faldas ayudan a balancear los hombros.
8. Lleva faldas amplias y con volados en la parte inferior que se ajusten bien en la cintura (tipo A, tipo trompeta). Pantalones con detalles y estampados para destacar las piernas.
9. Los colores claros en la parte inferior ayudan a llamar más la atención.
10. Usar tacón y enseñar las piernas con faldas por encima de la rodilla, esto hará lucir más delgada y alta a la persona.
11. Los bolsos tienen que caer por debajo de la cadera para crear balance”.(holamartin)

Ropa deportiva

Las caderas son más bien rectas y angostas y los hombros son más anchos, lo mejor será el efecto contrario al caso anterior: disimular la parte de los hombros y llevar la atención a la zona de las caderas para visualmente aumentar su tamaño.

Esto se logra con un conjunto como el de la foto que logra balancear la silueta.



Ropa deportiva para cuerpo triángulo invertido

Fuente: (imágenes)

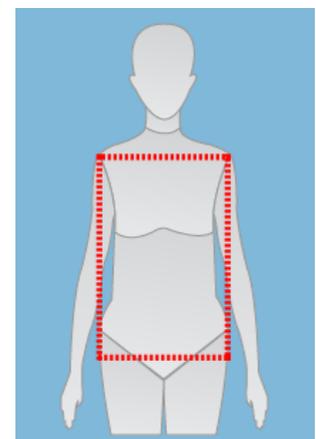
RECTÁNGULO

Tipo de cuerpo:

“Tanto la parte de arriba del cuerpo (hombros) como la parte de abajo (cadera) tienen la misma anchura, sin cintura definida. Cuerpo proporcional pero sin curvas, común entre la gente que pierde mucho peso.

Celebridad con estas características:

Cameron Díaz, Eva Longoria-Parker, Renee Zellweger y Victoria Beckham



Cuerpo rectángulo

Fuente:

(entrebellas)

Objetivo:

Ya se tiene las proporciones, ahora sólo se debe crear curvas con el tipo de ropa.

Ropa:

1. Llevar prendas entalladas para marcar curvas.
2. Se debe utilizar escotes tipo V para alargar el cuello, lucir más delgada y acentuar la cintura.
3. Usar tops con estampados, líneas horizontales y colores claros para dar volumen.
4. Los cinturones anchos con los jeans ayudarán a marcar la cintura. Las chamarras largas con faldas cortas para crear un torso más largo y faldas largas con tops cortos para lucir más delgada.
5. Los vuelos y los fruncidos en las telas crean también volumen.
6. Si es flaca se debe evitar los colores muy oscuros pues te adelgazarán más.
7. Vestidos que se ajusten a la cintura. Los jeans pueden ser bajos y más claros para marcar curvas.
8. Las líneas diagonales acentúa las curvas y se ven bien en cuerpos delgados y pequeños”.(holamartin)

Ropa deportiva

Para aquellas mujeres que tienen las caderas rectas pero mantienen un ancho similar entre hombros y caderas, no se necesita balancear la parte superior con la inferior pero sí es necesario procurar que la cintura parezca más angosta y definida.

Un conjunto como éste es ideal porque el estampado llama la atención a la zona del tronco pero, al no ser horizontal, no permitirá que veamos que la cintura no está definida sino más bien en línea recta con la cadera. Los estampados rectos, diagonales o en parte de la prenda serán excelentes aliados para este cuerpo.



Ropa deportiva para cuerpo rectángulo

Fuente: (imágenes)

O OVALADO

Tipo de cuerpo:

“Este tipo de cuerpo por lo general está por encima de su peso ideal. En resumen su parte más prominente es al área central.

Celebridades con estas características:

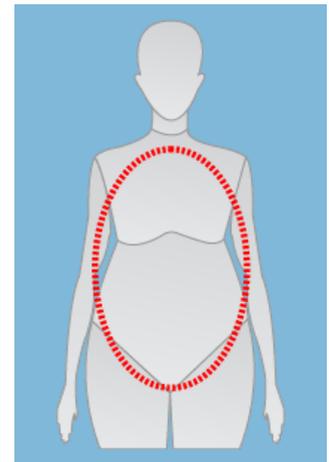
Queen Latifah, Amber Riley

Ropa:

1. Utilizar prendas que destaquen los hombros y piernas, tratando de disimular el área central

(abdominal) Se puede lograr esto usando cualquier prenda con escotes profundos o en "V"

2. Al utilizar faldas optar por las que son rectas y que asegurarse de que lleguen hasta las rodillas. Lo ideal es que la falda termine en la parte más delgada de la pierna, esto ayudara a estilizar la figura visualmente.



Cuerpo ovalado

Fuente: (entrebellas)

3. Al elegir las blusas, tops y demás lo ideal es que si se tienen los brazos demasiado gruesos lo más recomendable es optar por mangas tres cuartos o cualquier tipo de prenda que tape la parte más gruesa de los brazos.
4. En cuanto a blazer y chaquetas lo ideal es que lleguen hasta las caderas. Es necesario asegurarse de que cierra perfectamente. Y también puede tener forma en V. Esto automáticamente estilizará visualmente.
5. Utilizar vestidos de corte imperio ayudara a definir la silueta. Asegurarse de que se adapta perfectamente a la figura”.(holamartin)



Ropa deportiva para cuerpo ovalado.

Fuente:(imágenes)



Una vez definido esto cabe señalar que el proyecto contempla analizar en conjunto los rasgos faciales, color de cabello, forma corporal entre otros factores para poder destacarlos o camuflarlos según corresponda de la manera más conveniente a través de los conjuntos deportivos que ofrece la empresa Segunda Piel, debido a que las personas por lo general no conocen qué es lo que más conviene al momento de vestir informalmente, es por ello que cuando una persona opte por ingresar a adquirir un conjunto deportivo se le informará que sin importar el peso o cualquier rasgo físico puede lucir bien, ayudándole a escoger los colores apropiados para su vestimenta acorde a su morfología corporal.

En el país existen varios asesores para empresas exclusivas a las cuales asisten políticos, candidatas a concursos de belleza y personas involucradas en medios de comunicación y farándula, es por ello que nace nuestra idea de brindar asesoría de imagen en ropa deportiva para todas las personas que nos visiten en nuestro local.

1. Tersa reloj de arena

Este conjunto deportivo constará de una camiseta cuello en V, mangas raglán y talle largo, junto con un pantalón largo de bastas rectas.



Conjunto tersa- reloj de arena.

Fuente:(imágenes)

2. Tersa triángulo

Contempla un buzo largo de mangas largas, corte raglán, con amplio escote en la parte frontal, junto con un pantalón largo de bastas anchas.



Conjunto tersa- triángulo

Fuente:(imágenes)

3. Tersa triángulo invertido

Este conjunto deportivo tiene una camiseta de cuello redondo con torso holgado, pantalón corto hasta las rodillas, con puño.



Conjunto tersa- triángulo invertido

Fuente:(imágenes)

4. Tersa rectángulo

El conjunto deportivo será de dos piezas un top largo sin mangas con un estampado.



Conjunto tersa- rectángulo

Fuente:(imágenes)

5. Tersa ovalado

Este conjunto deportivo tendrá un top con un estampado en el centro frontal de la prenda rayas verticales delgadas que definan la forma de la cintura, con una combinación de dos colores al igual que el pantalón además que este tendrá las vastas rectas.



Conjunto tersa- ovalado

Fuente:(imágenes)

Colección tersa



Realizado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

2.1.3. Perfil del consumidor

El segmento de mercado elegido, para este tipo de productos serán mujeres de 15 a 44 años de edad que se tengan su domicilio en el sector norte de la zona urbana de la ciudad Quito, de las cuales el 8.63% estudiantes cuya edad fluctúa entre 15 y 20 años, el 46.76% entre 21 y 30 años, y el 44.60% son de más de 30 años.

Características del cliente:

- Jóvenes estudiantes y personas adultas que generalmente les interesa el estilo jovial de prendas de vestir.
- Clientes que generalmente no compran en almacenes especializados, y desean un estilo de vida agradable a la vista y cómodo para usar.
- Personas que gusten transitar en la ciudad, con un estilo fresco y cómodo, sientan el respaldo de una marca reconocida a nivel nacional, que el producto (ropa deportiva) tenga un buen diseño, una adecuada relación calidad - precio y sus componentes sean de alta calidad.
- Clientes a gusto por la asesoría de imagen que se les brindara al momento de que se prueben un conjunto deportivo.

2.4. Demanda actual e histórica

Según el VII censo nacional de población realizado en el 2010, la población total del cantón Quito entre 15 y 44 años alcanza a 799.302 habitantes, de los cuáles 387,107 son del género masculino y 412,195 corresponden al género femenino. Y corresponden al 48.43% y 51.56% respectivamente.

2.4.1. Área de mercado

Para efectos de estudio de factibilidad de este proyecto se ha considerado necesario determinar la zona geográfica del mercado, el cual está ubicado la zona urbana de la ciudad de Quito, para conocer nuestro nicho de mercado es necesario determinar la población actual de la zona urbana de la ciudad de Quito, y a la vez determinar la

población que se encuentra en la edad entre 15 y 44 años, la cual es nuestro mercado meta. Para un mejor entendimiento se presenta primero la población total de Quito dividida entre hombres y mujeres.

| Población de la ciudad de Quito por género | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Grupos de edad | Genero | | Total |
| | Hombre | Mujer | |
| De 15 a 19 años | 72,123 | 73,089 | 145,212 |
| De 20 a 24 años | 76,614 | 79,961 | 156,575 |
| De 25 a 29 años | 74,866 | 78,923 | 153,789 |
| De 30 a 34 años | 64,167 | 68,516 | 132,683 |
| De 35 a 39 años | 53,577 | 59,957 | 113,534 |
| De 40 a 44 años | 45,76 | 51,749 | 97,509 |
| Total | 387,107 | 412,195 | 799,302 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 12: Población de la ciudad de Quito por género

2.4.2. Investigación de mercado

En este proyecto, se realizará una investigación concluyente, la cual está basada en el muestreo estadístico donde se aplica el marco muestral y los datos obtenidos estarán sujetos a un análisis estadístico. Para llevar a cabo esta investigación, se utilizará la técnica cuantitativa que se sirve de encuestas personales para obtener información primaria mediante la realización de preguntas a las personas sobre sus conocimientos, preferencias y comportamientos de compra.

2.4.3. Segmentación del mercado

Para poder tener una buena segmentación de mercado es necesario considerar las variables que se detallan:

- Variables geográficas son las que dividen al mercado de acuerdo a ubicación como país, provincia, ciudad, parroquia, barrio, vecindario, etc.
 - Ecuador, Pichincha, Quito, zona urbana.
- Variables demográficas: separan al mercado en distintos grupos que se representan o encuentran parecidos en cuanto a género, religión, raza, ingresos y ocupación.

- Mujeres raza, con ingresos superiores a los USD 292, entre 15 a 44 años sin distinción de raza ni religión
- Variables psicográficas: tienen que ver con pensamientos, sentimientos y comportamientos propios de las persona. Estas utilizan dimensiones de personalidad, características de estilo de vida y sus valores.
 - Gente que gusten de usar ropa cómoda y deportiva, sin necesidad de tener que hacer deporte para usarla.
- Variables conductuales: se encuentran en el comportamiento relacionado con el producto. Dentro de esta variable se enmarcan las ventajas buscadas por los consumidores.
 - Gente activa decidida a verse bien.

2.4.4. Tamaño de la muestra

“Se requiere una estratificación previa a la toma de encuesta, para determinar el espacio muestral. La estratificación consiste en encuestar a aquellos que efectivamente usan el producto que se intenta hacer en el proyecto ya que quienes no lo hacen difícilmente podrían opinar sobre sus tarifas u otras variables.” (Nassir Sapag Chain)

“La prueba piloto ayuda a corregir falencias y hacer los ajustes necesarios, luego de lo cual se realiza el lanzamiento de campo definitivo. Para la aplicación de una prueba piloto se elige como muestra un número pequeño de individuos (5 a 15 o 30) representantes de un mercado meta.” (Monografías)

Antes de realizar los cálculos respectivos es necesario realizar una prueba piloto la cual consiste en aplicar una encuesta que posee una sola pregunta y esta debe hacerseles a 30 mujeres, dividiendo 10 encuestas al sector norte, 10 al sector sur y 10 al sector centro.

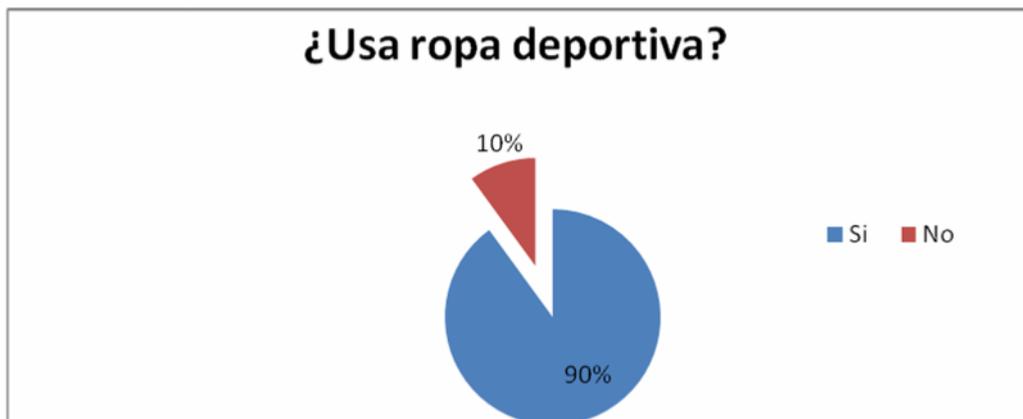
2.4.5. Prueba piloto

1._ ¿Usa ropa deportiva?

Sí

No

Gracias por su colaboración



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 32: Usa ropa deportiva

Como se aprecia en el gráfico 32 el 90% de las mujeres encuestadas respondieron que si utilizan ropa deportiva mientras que el 10% nos dijeron que no.

“El muestreo es por lo tanto una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar que parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población” (estadística)

La muestra debe captar información de una representación adecuada de la población, en la cual se encuentre de la mejor manera los rasgos esenciales de dicha población los cuales serán importantes para la investigación. Para que una muestra sea representativa, es decir que esta sea útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, es decir ejemplificar las características de ésta.

2.4.6. Las técnicas del muestreo

- Muestreo probabilístico: se caracteriza por proporcionar la misma probabilidad a toda la población de formar parte de la muestra. Puede ser:

aleatorio simple, sistemático, estratificado, por agrupamientos y algunas otras técnicas.

- Muestreo no probabilístico: ésta técnica se basa en el juicio personal del investigador para la selección de los elementos, dividiéndose en las siguientes clasificaciones: por conveniencia, por juicio, por cuota o por bola de nieve.

“Población finita: el número de elementos que la forman es finito, por ejemplo el número de alumnos de un centro de enseñanza.

Población infinita: el número de elementos que la forman es infinito, o tan grande que pudiesen considerarse infinitos. Como por ejemplo si se realizase un estudio sobre los productos que hay en el mercado. Hay tantos y de tantas calidades que esta población podría considerarse infinita” (Nebrija).

La muestra para este proyecto es finita ya que el número de habitantes de la ciudad de Quito que comprenden entre 15 hasta 44 años son 799.302.

Para calcular el tamaño de la muestra (n) se empleará la siguiente fórmula la cual corresponde a una muestra finita:

$$n = \frac{N * Z^2 PQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

Dónde:

- n=tamaño de la muestra
- P=Probabilidad de éxito
- Q= probabilidad de fracaso
- Z²= Nivel de Confianza
- E²=Error
- N= Población o universo

Si se desea estimar una proporción, debemos saber:

- a. El nivel de confianza o seguridad (1- &). El nivel de confianza prefijado da lugar a un coeficiente (Z). Para una seguridad del 95% = 1.96, para una seguridad del 99% = 2.58.
- b. La precisión que deseamos para nuestro estudio.
- c. Una idea del valor aproximado del parámetro que queremos medir (en este caso una proporción). Esta idea se puede obtener revisando la literatura, por estudio pilotos previos

2.4.7. Tamaño del universo

A efectos de identificar la población que dispone de ingresos, y que podrían destinarlos en alguna forma a la ropa deportiva que ofrecerá la nueva empresa, se revisó los datos del INEC, los cuales reflejan que la población urbana del DM de Quito asciende 1'619.432; de las cuales existen 799.302 personas que se encuentran en el rango de 15 a 44 años.

2.4.8. Determinación del tamaño de la muestra

Y en función de los datos de la población de Quito se ha calculado la muestra sobre la que se hará el estudio de mercado.

$$n = \frac{N * Z^2 PQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{799.302 * 1.96^2 (0.90)(0.10)}{0.05^2(799.302 - 1) + 1.96^2(0.90)(0.10)}$$

$$n = \frac{276353.87}{1998.25 + 0.3457}$$

$$n = 138.27$$

Después realizado el cálculo de la fórmula se debe realizar 139 encuestas.

2.4.9. Método

En la realización del estudio de mercado es decir la aplicación de las encuestas se utilizara el muestreo no probabilístico como el muestreo por cuotas en el cual se le asigna a cada entrevistador un número de entrevistas a realizar a personas que reúnan determinadas características (por ejemplo: mujeres, y hombres entre 15 y 44 años).

Aplicación de las encuestas

En la encuesta realizada, se utilizó un sistema de rutas aleatorias para asegurar que la selección de individuos finalmente encuestados estuviera basado en criterios de estricta aleatoriedad es decir que estos se encuentren en diferentes puntos de Quito.

La encuesta está diseñada bajo un esquema de preguntas cerradas de tal manera se permite una fácil respuesta ya que el encuestado solo debe seleccionar una de las alternativas. Además se debe indicar que las preguntas están estructuradas con un lenguaje claro con palabras sencillas, las cuales son fáciles de entender con el fin de que la persona encuestada proporcione fácilmente la información.

Tabulación y análisis de los resultados de la aplicación de las encuestas

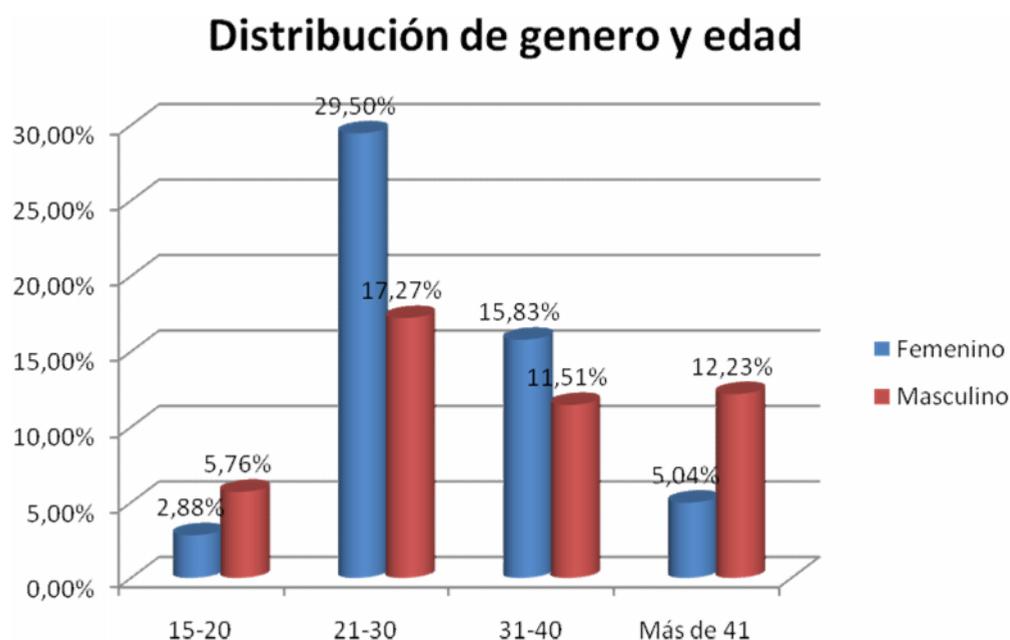
En función de la encuesta realizada durante el período del 25 al 30 de abril del 2012 en la población urbana de la ciudad de Quito en distintos sectores de la ciudad, se analizaron los datos obtenidos, con la finalidad de conocer la situación actual de los gustos y preferencias de los habitantes encuestados.

Distribución por género y edad

| Rótulos de fila | Femenino | Masculino | Total general |
|-----------------|----------|-----------|---------------|
| 15-20 | 4 | 8 | 12 |
| 21-30 | 41 | 24 | 65 |
| 31-40 | 22 | 16 | 38 |
| Más de 41 | 7 | 17 | 24 |
| Total general | 74 | 65 | 139 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 13: Población de la ciudad de Quito por género y edad.



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

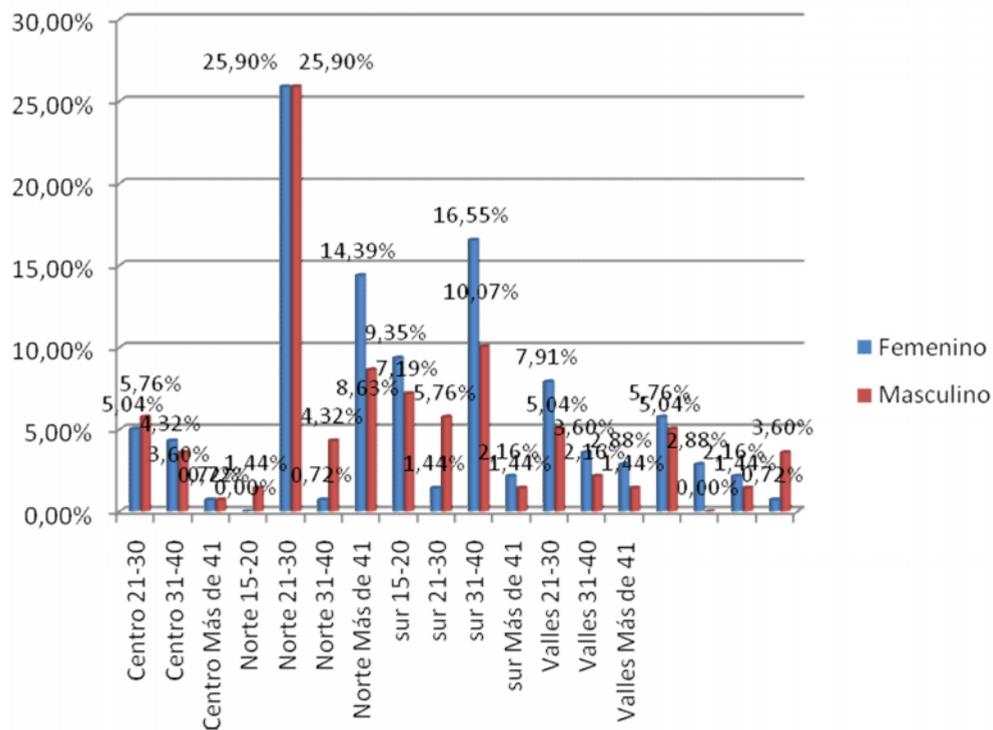
Gráfico 33: Distribución por género y edad

En la siguiente gráfica se observa que de los 139 encuestados 74 son del género femenino y 65 son del género masculino, considerando se obtiene que en el rango de las edades de (15-20) años las mujeres constituyen un 2.88% de la población de

la ciudad mientras que los hombres un 5.76%, de la edad que posee la mayor cantidad de datos va desde los 21-30 años, las mujeres constituyen un 29.50% mientras que los hombres con un 29.50 %, seguidos del rango que es desde los 31-40 años, teniendo aquí a las mujeres con 15.83%, y a los hombres con 11.51%, y por último las personas que sobrepasan los 41 años, 5.04% corresponde a las mujeres y el 12.23% a los hombres.

Distribución del sector por género y edad

Distribución de género y edad por sector de la ciudad de Quito

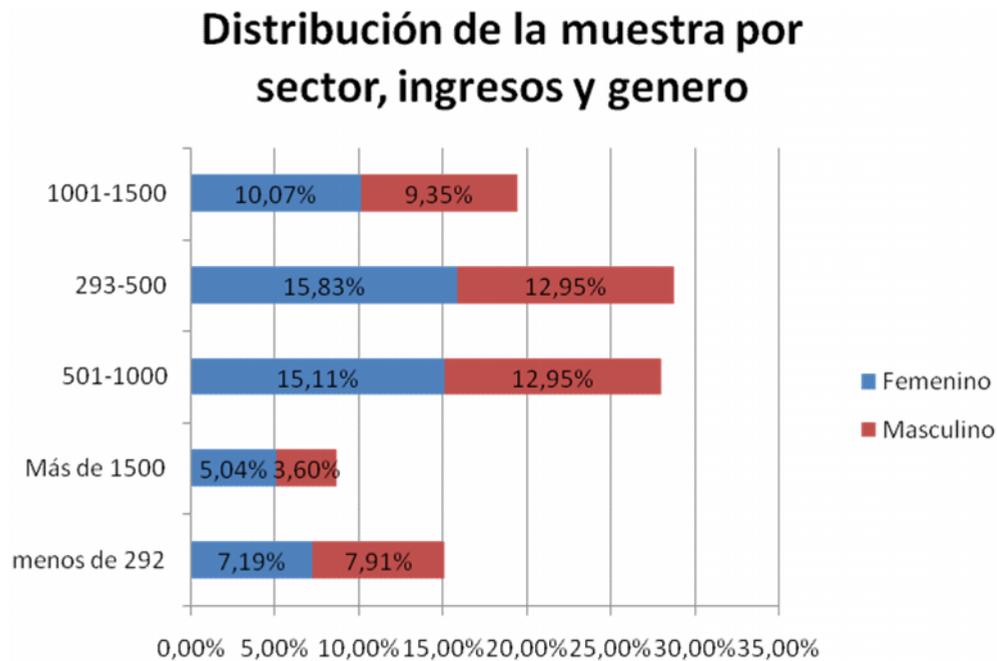


Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 34: Distribución por género y edad en el sector en que viven

Distribución del sector por género e ingresos



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

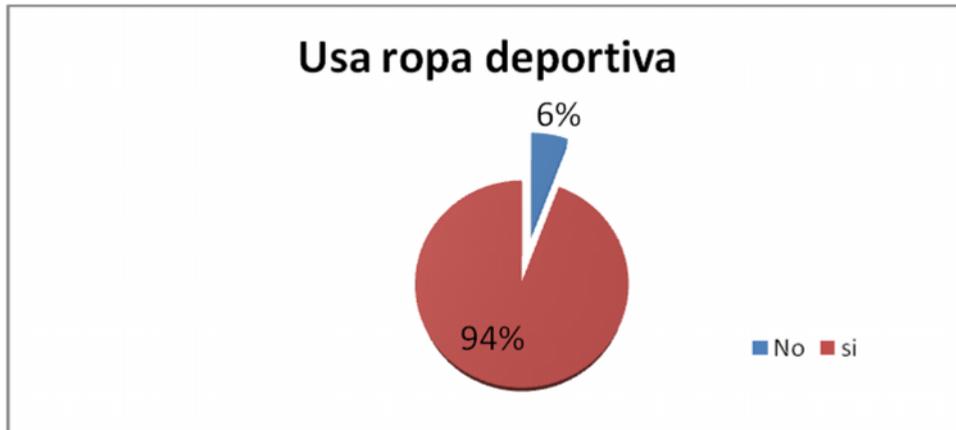
Gráfico 35: Distribución de la muestra por sector en que vive, ingresos y género

Como se puede observar en el gráfico 38 los ingresos del género masculino son mayores a los de las mujeres, es decir los hombres perciben salarios más elevados.

Análisis preguntas de la encuesta

Pregunta 1

Usa ropa deportiva



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 36: Pregunta 1 – Usa ropa deportiva.

En la pregunta el 6% de la muestra respondieron que no utilizan ropa deportiva, por lo que se realizará una regla de tres donde el valor total de las encuestadas es 131, es decir que el 94.24% de las personas encuestadas dieron una respuesta positiva a la pregunta, y según se puede apreciar en la gráfica las edades que usan ropa deportiva se encuentran entre los (21-40) años, en el sector del norte, seguido por el sector del sur, luego en menor cantidad el sector del centro y en los valles las personas que utilizan ropa deportiva tienen más de 41 años.

Pregunta 2

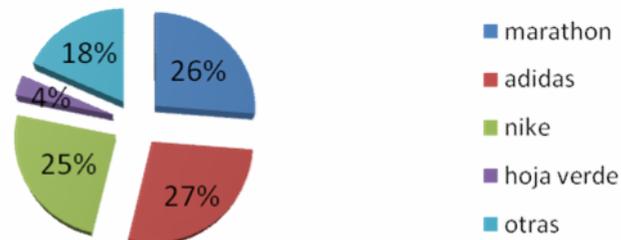
Marcas de ropa deportiva que usa

| Marcas de ropa deportiva que usa | |
|----------------------------------|-----|
| Marathon | 46 |
| Adidas | 48 |
| Nike | 43 |
| hoja verde | 6 |
| otras | 32 |
| Total | 175 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 14: Marcas de ropa deportiva.

Marcas de ropa deportiva que usa



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 37: Pregunta 2 – Marcas de ropa deportiva que usa

Como se aprecia en el gráfico el 27% de los encuestados respondieron que utilizan la marca Adidas en ropa deportiva, convirtiéndola en nuestro mayor competidor, seguida de Marathon con el 26%, luego con el 25% Nike, 18% otras marcas y Hoja

Verde con tan solo el 4%, lo cual indica que Adidas es una de las marcas preferidas por los encuestados.

Pregunta 3

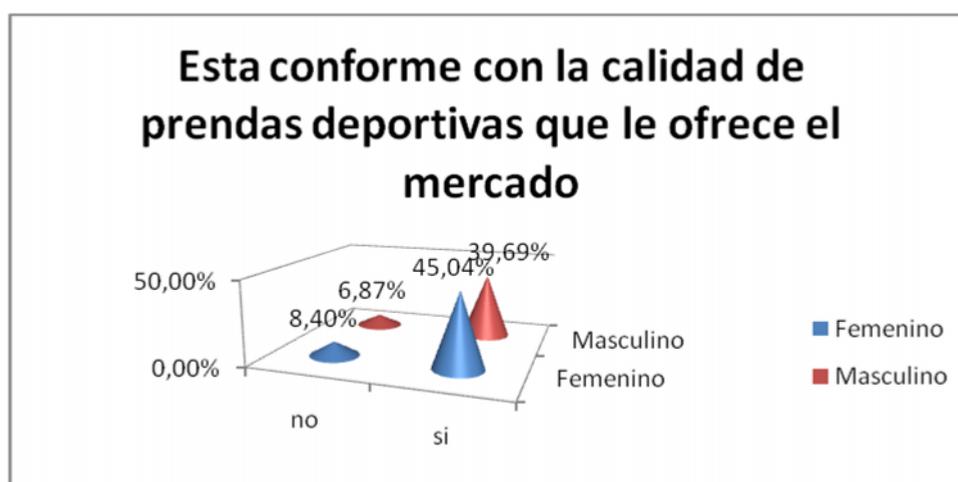
Conformidad con la calidad en las prendas de ropa deportiva

| Respuesta | Femenino | Masculino | Total general |
|-----------|----------|-----------|---------------|
| no | 11 | 9 | 20 |
| si | 59 | 52 | 111 |

Elabora Total general 70 61 131

Fuente: Encuesta

Tabla 15: Conformidad con la calidad en las prendas de ropa deportiva



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 38: Pregunta 3 – Está conforme con la calidad de prendas deportivas que le ofrece el mercado

Del total de los encuestados 131 que respondieron que si usaban ropa deportiva de ellos que equivalen al 45.04% del género femenino y 52 que son el 39.6% dijeron que si están conformes con la calidad de las prendas de ropa deportiva que utilizan,

mientras que el 8.40% de las mujeres y el 6.87% de los hombres contestaron no estar conformes.

Pregunta 4

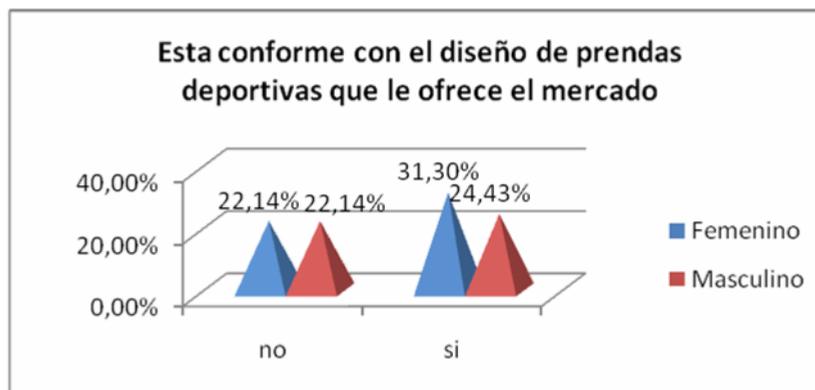
Conformidad con los diseños en las prendas de ropa deportiva

| Respuesta | Femenino | Masculino | Total general |
|---------------|----------|-----------|---------------|
| No | 29 | 29 | 58 |
| Si | 41 | 32 | 73 |
| Total general | 70 | 61 | 131 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Tabla 16: Conformidad con los diseños en las prendas de ropa deportiva.



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 39: Pregunta 4 – Está conforme con el diseño de prendas deportivas que le ofrece el mercado

En la gráfica se observa que del total de los encuestados 41 de ellos que son el 31.30% del género femenino y 32 equivalentes al 24.43% dijeron que si están conformes con los diseños de las prendas de ropa deportiva que utilizan, mientras que el 22.14% de las mujeres y el 22.14% de los hombres contestaron no estar conformes con los diseños que les ofrecen el mercado, ya que ellos desearían tener mayor variedad

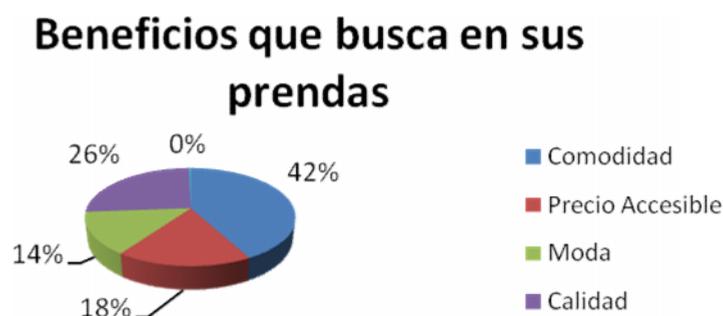
Pregunta 5

Beneficios que busca en sus prendas

| Beneficios que busca en sus prendas | |
|-------------------------------------|-----|
| Comodidad | 108 |
| Precio Accesible | 45 |
| Moda | 36 |
| Calidad | 66 |
| Otros | 1 |
| Total | 256 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 17: Beneficios que la encuestada busca en sus prendas deportivas.



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 40: Pregunta 5 – Beneficios que busca en sus prendas

Lo que revela esta gráfica es que las personas al momento de comprar su ropa deportiva prefieren prendas cómodas, seguidos por la calidad con buenos materiales y un excelente acabado, después buscan precios accesibles y que las prendas se encuentren a la moda.

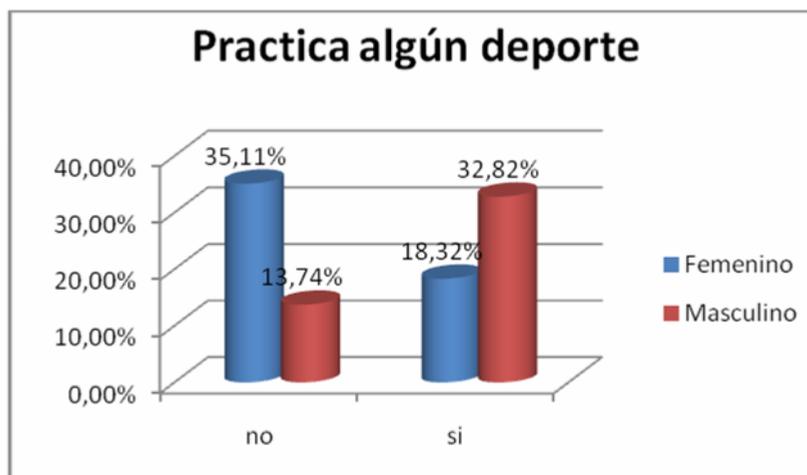
Pregunta 6

Practica algún deporte

| Respuesta | Femenino | Masculino | Total general |
|---------------|----------|-----------|---------------|
| No | 46 | 18 | 64 |
| Si | 24 | 43 | 67 |
| Total general | 70 | 61 | 131 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 18: Practica algún deporte



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 41: Pregunta 6 – Practica algún deporte

Se puede apreciar que 46 personas del género femenino que es el 35.11% y 18 personas del género masculino que corresponde al 13.74% no practican ningún tipo de deporte indicando que las mujeres son más sedentarias que los hombres, y que al momento de usar ropa deportiva es solo para lucir bien y estar cómodos, de las personas que si practican deporte el 18.32% corresponde a las mujeres y el 32.82% a los hombres.

Deporte que practica

| Deporte que practica | |
|----------------------|----|
| Football | 24 |
| basketball | 33 |
| Tenis | 9 |
| Volley | 12 |
| Otros | 19 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 19: Tipo de deporte que practica el encuestado.



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 42: Pregunta 6.1 – Deporte que practica

De las personas que si practican deportes se puede observar que el 34% de ellas prefieren el football, mientras que el 25% el basketball, seguido del 20% que corresponde a otros deportes tales como: trotar, caminar, natación, ciclismo, etc. El 12% es referente al Tenis, y el 9% al volley.

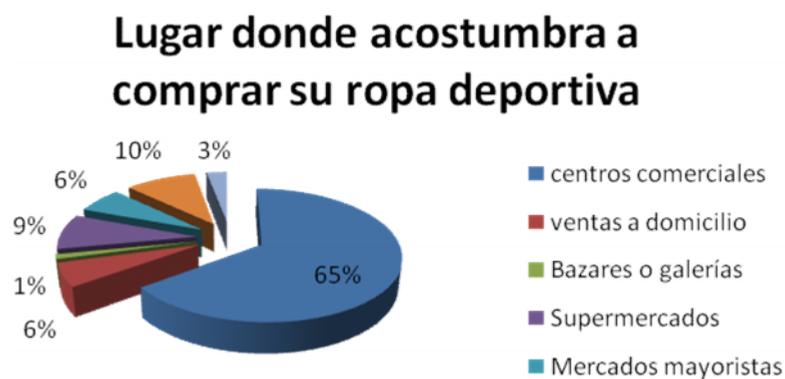
Pregunta 7

Lugar donde adquiere la ropa deportiva

| Lugar donde acostumbra a comprar su ropa deportiva | |
|--|-----|
| Centros comerciales | 111 |
| ventas a domicilio | 10 |
| Bazares o galerías | 2 |
| Supermercados | 15 |
| Mercados mayoristas | 11 |
| Venta por catalogo | 17 |
| Otros | 5 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 20: Lugar donde el encuestado adquiere su ropa deportiva



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 43: Pregunta 7 – Lugar donde adquiere la ropa deportiva

Del total de las personas encuestadas tenemos que el 65% compran su ropa deportiva en centros comerciales, seguida del 10% de la venta de catálogo, con el 9% en los supermercados, 6% en mercados mayoristas y ventas a domicilio, con el 3% en otros lugares y el 1% en bazares o galerías.

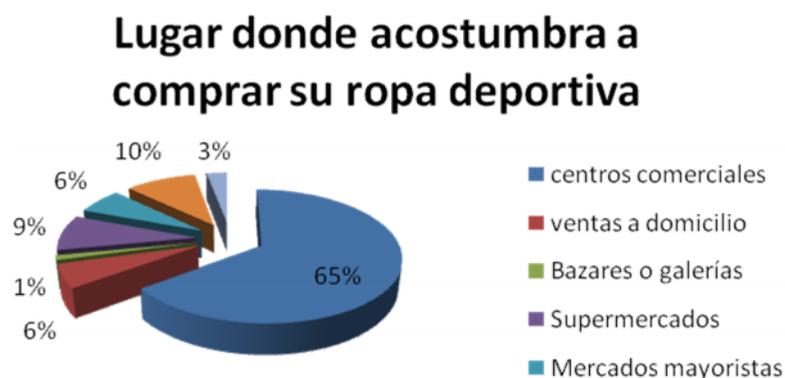
Pregunta 8

Precio a pagar por la ropa deportiva

| Lugar donde acostumbra a comprar su ropa deportiva | |
|--|-----|
| centros comerciales | 111 |
| ventas a domicilio | 10 |
| Bazares o galerías | 2 |
| Supermercados | 15 |
| Mercados mayoristas | 11 |
| Venta por catalogo | 17 |
| Otros | 5 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 21: Precio a pagar por la ropa deportiva



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 44: Pregunta 8 – Presupuesto mensual que destina para adquirir ropa deportiva

En esta gráfica se puede observar que el 23.66% que corresponde a 31 de las mujeres gastan en su ropa deportiva entre 20-60 dólares, mientras que el 21.37% que son 28 hombres destinan de 61-100 dólares en su gasto de ropa deportiva.

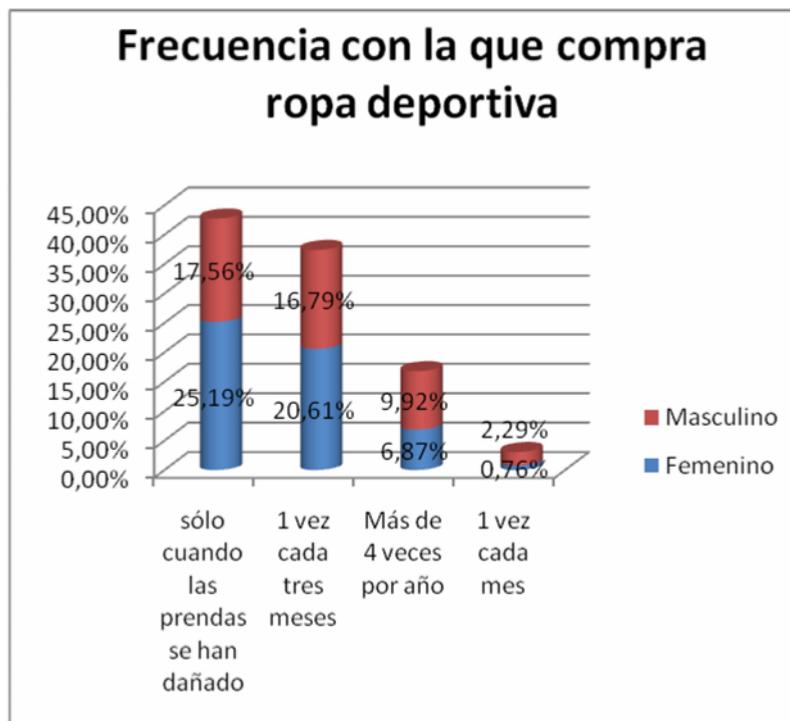
Pregunta 9

Frecuencia de compra de ropa deportiva

| Cuenta de EDAD | Rótulos de columna | | |
|-----------------|--------------------|-----------|---------------|
| Rótulos de fila | Femenino | Masculino | Total general |
| Más de 100 | 3 | 9 | 12 |
| menos de 20 | 12 | 3 | 15 |
| 20-60 | 31 | 21 | 52 |
| 61-100 | 24 | 28 | 52 |
| Total general | 70 | 61 | 131 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 22: Frecuencia de compra de ropa deportiva



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 45: Pregunta 9 – Frecuencia con la que compra ropa deportiva

Se puede concluir que 33 mujeres y 23 hombres que corresponde al 42.75% compran sus prendas de ropa deportiva solo cuando estás se han dañado, el 37.40%

de los encuestados compran 1 vez cada tres meses seguida del 16.79% que es cuando adquieren prendas más de cuatro veces por año, y apenas con el 2.29% 1 vez cada mes.

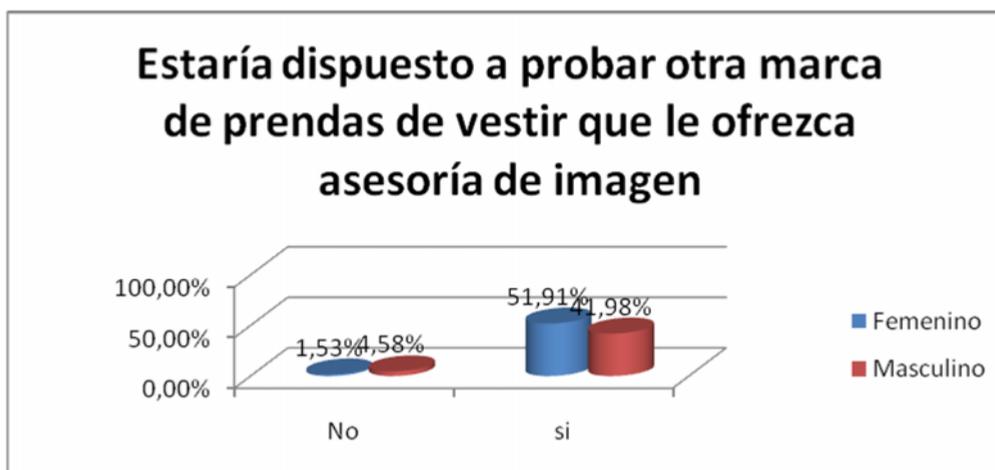
Pregunta 10

Aceptación de la empresa

| Respuesta | Femenino | Masculino | Total general |
|---------------|----------|-----------|---------------|
| No | 2 | 6 | 8 |
| Si | 68 | 55 | 123 |
| Total general | 70 | 61 | 131 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 23: Aceptación de la empresa



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 46: Pregunta 10 – Predisposición para usar una nueva marca

El 93.89% de las personas encuestadas dieron una respuesta positiva a que sí estarían dispuestos a probar otra marca de prendas de ropa deportiva que además de ofrecerles calidad, también se les da una asesoría de imagen, del total de las

respuestas la mayoría fueron mujeres y las personas que contestaron que no tienen un 6.11% en donde la mayoría de este porcentaje fueron hombres.

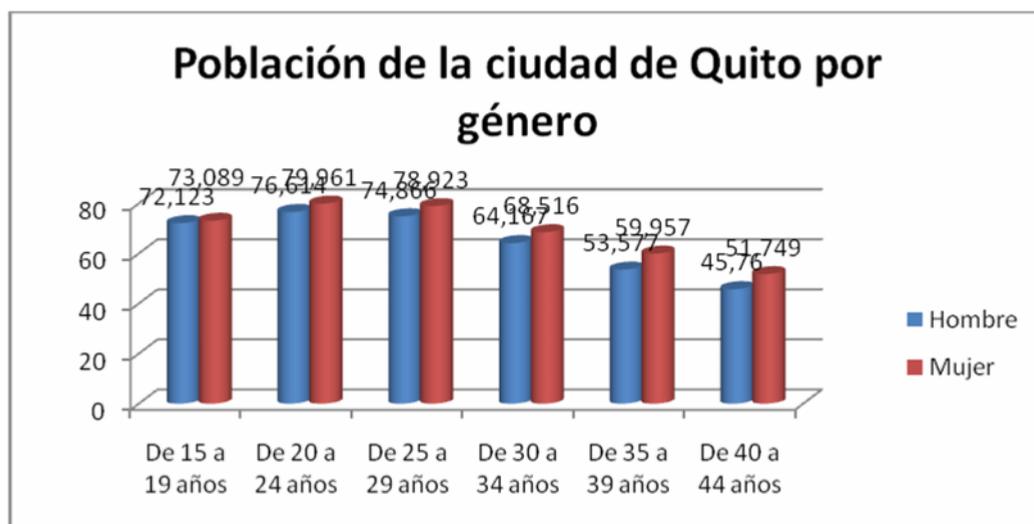
Proyección de la demanda

Población de la ciudad de Quito por género

| Grupos de edad | Genero | | Total |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Hombre | Mujer | |
| De 15 a 19 años | 72,123 | 73,089 | 145,212 |
| De 20 a 24 años | 76,614 | 79,961 | 156,575 |
| De 25 a 29 años | 74,866 | 78,923 | 153,789 |
| De 30 a 34 años | 64,167 | 68,516 | 132,683 |
| De 35 a 39 años | 53,577 | 59,957 | 113,534 |
| De 40 a 44 años | 45,76 | 51,749 | 97,509 |
| Total | 387,107 | 412,195 | 799,302 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 24: Población de la ciudad de Quito por género



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Fuente: Encuesta

Gráfico 47: Población de la ciudad de Quito por género

Como se puede apreciar en la gráfica, en Quito la población más elevada se encuentra en las edades de 20 a 24 años, para encontrar la demanda insatisfecha se

segmenta el total de la población de Quito tomando en cuenta solo la población que está en las edades de 15 a 44 años.

| | | |
|--|---------|------------|
| POBLACION FEMENINA de la ciudad de Quito censo 2010 edad entre 15 y 44 años | 412.195 | habitantes |
|--|---------|------------|

| Características del mercado | % | Cantidad |
|--|----------|-----------------|
| ingresos medios - altos (293- mayor a 1500) | 84% | 346.117,94 |
| consume | 95% | 327.408,86 |
| no consume | 5% | 18.709,08 |
| atendidos satisfechos | 84% | 275.958,90 |
| atendidos insatisfechos | 16% | 51.449,96 |
| atendidos satisfechos que no desean cambiarse | 1% | 3.729,17 |
| atendidos no satisfechos que no desean cambiarse | 1% | 695,27 |
| atendidos satisfechos por cambiarse | 99% | 272.229,72 |
| atendidos no satisfechos por cambiarse | 99% | 50.754,69 |
| no atendidos insatisfechos | 5% | 18.709,08 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 25: análisis de la encuesta

Una vez que ya se tiene la población se empieza a segmentar de acuerdo a las encuestas y las personas que más adquieren ropa deportiva y son del género femenino se encuentran en un rango de ingresos de (293-1500) dólares, esto pertenece al 84%, por lo tanto se encuentra el 84% de 412195 habitantes y da como resultado 346117 habitantes; de acuerdo a la pregunta número 2 de las encuestas se ve que el 95% de las personas encuestadas de género femenino están dispuestas a adquirir ropa deportiva es por ello que se multiplica la cantidad resultante de los ingresos por este porcentaje; todos los porcentajes que se obtiene en la tabla se los multiplica por la cantidad de ingresos, el 5% fueron las personas

que dijeron que no compran ropa deportiva, el 84% es resultado de las preguntas número 4 y 5 de la encuesta a las personas que contestaron que sí, el 16% corresponde a las personas que respondieron que no, el 1% es de las personas que dijeron estar satisfechos en las preguntas 4 y 5 pero dijeron que no desean consumir otra marca de ropa deportiva en la pregunta 11, el 1% corresponde a las personas que contestaron en las preguntas 4y 5 que no están satisfechos pero que de igual manera en la pregunta 11 dijeron no quieren cambiarse de marca de ropa deportiva, el 95% corresponde a las personas que dijeron que si en las preguntas 4, 5 y en la pregunta 11, el 99% es de las personas que contestaron la pregunta 11 con una

| Mercado objetivo insatisfecho de la muestra | |
|--|----------------|
| Compradores actuales potenciales | 346.118 |
| atendidos satisfechos | 275.958,90 |
| atendidos no satisfechos | 51.449,96 |
| no atendidos insatisfechos | 18.709,08 |
| Compradores atendidos | 4.424 |
| atendidos satisfechos que no | 3.729,17 |
| atendidos no satisfechos que | 695,27 |
| Mercado objetivo | 341.693 |
| atendidos satisfechos por | 272.229,72 |
| atendidos no satisfechos por | 50.754,69 |
| no atendidos insatisfechos | 18.709,08 |
| TOTAL MUESTRA MERCADO OBJETIVO INSATISFECHO | 341.693 |

afirmación y en las preguntas 4 y 5 un resultado de un 5%, esto quiere decir que ellos no adquieren ropa deportiva.

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 26: Mercado Objetivo

Con los datos calculados anteriormente vamos llenando esta tabla para encontrar el mercado objetivo insatisfecho y después de realizar los cálculos correspondientes restando nuestros compradores actuales potenciales de los compradores atendidos, el mercado objetivo que es de 341693 al cual nos vamos a enfocar.

| Mercado objetivo insatisfecho de la muestra | |
|--|-----------|
| Compradores actuales potenciales | 74 |
| atendidos satisfechos | 59 |
| atendidos no satisfechos | 11 |
| no atendidos insatisfechos | 4 |
| Compradores atendidos (oferta) | 4 |
| atendidos satisfechos que no desean cambiarse | 2 |
| atendidos no satisfechos que no desean cambiarse | 2 |
| Mercado objetivo insatisfecho (N) | 70 |
| atendidos satisfechos por cambiarse | 57 |
| atendidos no satisfechos por cambiarse | 9 |
| no atendidos insatisfechos | 4 |
| TOTAL MUESTRA MERCADO OBJETIVO INSATISFECHO | 70 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 27: Mercado objetivo a través de encuestas

| Frecuencia | unidades | días/año | frecuencia | unidades por año |
|---|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------------|
| 1 vez por mes | 1 | 12 | 1 | 12 |
| 1 vez cada 3 meses | 1 | 4 | 27 | 108 |
| más de 4 veces al año | 1 | 5 | 9 | 45 |
| Sólo cuando se han dañado las prendas que usaba | 1 | 1 | 33 | 33 |
| Total | | | | 198 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 28: Consumo per cápita

$$\text{consumo per cápita} = \frac{198}{70} = 2,83$$

Al obtener el total de la frecuencia de consumo de prendas de vestir de los encuestados en función del número de consumidores se obtiene la cantidad de ropa deportivas que consume cada habitante en este caso son 3 por cada uno.

2.4.10. Demanda actual objetiva

$$D = N * Cpc$$

$$D = 341693 * 2,83$$

$$D=966.504$$

La demanda actual del año 2012 es de 966504 prendas de vestir de ropa deportiva.

2.5. Demanda insatisfecha

DEMANDA 3,52%

$$VF= VA * (1+i)^n$$

$$VF= 966504 * (1+0.0352)^1$$

$$VF= 966504 * 1,0352$$

$$VF= 1000524,94$$

$$VF= VA * (1+i)^n$$

$$VF= 966504 * (1+0,0352)^2$$

$$VF= 966504 * 1,07163904$$

$$VF= 1035743,4$$

$$VF= VA * (1+i)^n$$

$$VF= 966504 * (1+0,0352)^3$$

$$VF= 966504 * 1,109360734$$

$$VF= 1072201,59$$

$$VF= VA * (1+i)^n$$

$$VF= 966504 * (1+0,0352)^4$$

$$VF= 966504 * 1,148410232$$

$$VF= 1109943,1$$

$$VF= VA * (1+i)^n$$

$$VF= 966504 * (1+0,0352)^5$$

$$VF= 966504 * 1,188834272$$

$$VF= 1149013,08$$

Se proyecta la demanda con la tasa del crecimiento poblacional.

| DEMANDA FUTURA | |
|----------------|------------|
| 1 | 1000524,94 |
| 2 | 1035743,42 |
| 3 | 1072201,59 |
| 4 | 1109943,08 |
| 5 | 1149013,08 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Tabla 29: Demanda futura

Para calcular la demanda futura se utiliza la fórmula del valor futuro, enfocándose en la tasa de crecimiento del Sector 15 del PIB que corresponde a la producción de prendas de vestir, y de esta manera se proyecta para los próximos 5 años teniendo que la demanda futura para el año 2013 será de 11000524,94; para el 2014 de 1035743,42; para el año 2015 será de 1072201,59; para el 2016 de 1109943,08; y para el 2017 de 1149013,08.

Oferta Proyectada

Se consideran los siguientes cuadros:

| PRODUCCIÓN NACIONAL TEXTIL -2008 | | | | |
|--|--|------------------|-----------------------|---------|
| ACTIVIDAD ECONOMICA Y CLASE DE PRODUCTOS | | UNIDAD DE MEDIDA | PRODUCCION POR CUENTA | |
| | | | CANTIDAD | VALOR |
| 18102823311 | Conjuntos que sean de tejidos de punto o ganchillo, para mujeres o niñas: de lana o pelo fino, algodón, fibra sintética y otras materias textiles. | UNIDAD | 114780 | 1050040 |

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 30: Producción nacional textil al 2008

| TIPO DE TELA | PAIS ORIGEN DE LA IMPORTACION | UNIDADES |
|----------------------|-------------------------------|---------------|
| DE ALGODON | BRASIL | 8340 |
| DE ALGODON | PERU | 11664 |
| DE ALGODON | ITALIA | 173 |
| DE ALGODON | ESTADOS UNIDOS | 4965 |
| DE ALGODON | COLOMBIA | 5702 |
| DE ALGODON | CHINA | 9549 |
| DE ALGODON | PANAMA | 106356 |
| DE FIBRAS SINTETICAS | CHINA | 2353 |
| DE FIBRAS SINTETICAS | ESPAÑA | 1 |
| DE FIBRAS SINTETICAS | COLOMBIA | 1034 |
| DE FIBRAS SINTETICAS | PANAMA | 12018 |
| DE FIBRAS SINTETICAS | ESTADOS UNIDOS | 4196 |
| LOS DEMAS | ESTADOS UNIDOS | 357 |
| LOS DEMAS | COLOMBIA | 173 |
| LOS DEMAS | PANAMA | 5718 |
| TOTAL | | 172599 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 31: Importaciones de conjuntos deportivos año 2011

5.1% 769.941,38 proyectar con el crecimiento del pib textil

OFERTA

5,01%

| | | | | | | | |
|-----|-------------|---|----------------|-----|------------|---|----------------|
| VF= | VA | * | $(1+i)^n$ | VF= | VA | * | $(1+i)^n$ |
| VF= | 769941,3756 | * | $(1+0,0535)^1$ | VF= | 769941,376 | * | $(1+0,0535)^2$ |
| VF= | 769941,3756 | * | 1,0501 | VF= | 769941,376 | * | 1,10271001 |
| VF= | 808515,4385 | | | VF= | 849022,062 | | |
| VF= | VA | * | $(1+i)^n$ | VF= | VA | * | $(1+i)^n$ |
| VF= | 769941,3756 | * | $(1+0,0535)^3$ | VF= | 769941,376 | * | $(1+0,0535)^4$ |
| VF= | 769941,3756 | * | 1,157955782 | VF= | 769941,376 | * | 1,215969366 |
| VF= | 891558,0673 | | | VF= | 936225,127 | | |
| VF= | VA | * | $(1+i)^n$ | VF= | VA | * | $(1+i)^n$ |
| VF= | 769941,3756 | * | $(1+0,0535)^5$ | VF= | 769941,376 | * | $(1+0,0535)^6$ |
| VF= | 769941,3756 | * | 1,276889431 | VF= | 769941,376 | * | 1,340861592 |
| VF= | 983130,0053 | | | VF= | 1032384,82 | | |

Método

La oferta al año 2012 es de 769.941,38 dato sobre el cual se aplica la proyección y el porcentaje de crecimiento poblacional que es de 5.01%.

| OFERTA FUTURA | |
|---------------|------------|
| 1 | 808515,439 |
| 2 | 849022,062 |
| 3 | 891558,067 |
| 4 | 936225,127 |
| 5 | 983130,005 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez, Linda Castillo

Tabla 32: Oferta futura

Demanda Insatisfecha

Una vez calculada tanto la demanda como la oferta se divide cada una de las cantidades y se obtiene la demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha actual al año 2013 es de 192010 unidades, al restar las demandas y ofertas futuras se obtiene que al año 2014 se tiene 186721 unidades, para el año 2015 180644 unidades, al 2016 existe una demanda insatisfecha de 173718 unidades, en el 2017 hay 165883.

| DEMANDA INSATISFECHA | |
|----------------------|--------|
| 1 | 192010 |
| 2 | 186721 |
| 3 | 180644 |
| 4 | 173718 |
| 5 | 165883 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez, Linda Castillo

Tabla 33: Demanda insatisfecha

2.6. La oferta

Competencia

Hoy en día los productores de prendas de vestir de la ciudad de Quito ofrecen sus productos considerando la talla y modelo que tenga para escoger el cliente, la propuesta de la empresa “Segunda Piel” es ofrecer al cliente una guía que hará de su elección la más beneficiosa para su imagen. Por lo tanto la competencia presente en la ciudad de Quito para la empresa “Segunda Piel” es de carácter indirecto.

Se puede distinguir y tomar en cuenta a varios tipos de locales que comercializan conjuntos deportivos, esta información ha sido levantada mediante visitas de observación.

Grandes almacenes e hipermercados:

Son aquellos que permiten al consumidor adquirir una gran variedad de productos en el mismo establecimiento o lugar. Hay varios grandes almacenes entre los que podemos citar por ejemplo, Casa Tosi, De Prati o Megamaxi y Mi Comisariato, estos dos últimos son hipermercados. Tienden a hacer un contacto directo con las empresas, prescindiendo de intermediarios.

Tiendas de ropa múltiples:

Las cadenas de tiendas por lo general venden ropa de marcas ajenas a la empresa. Este tipo de comercio sería ETA Fashion o ROSE.

Minoristas independientes:

Se denomina así a todas las tiendas que venden productos de compañías locales y los complementan con ropa importada la cual posee mejor calidad y mayor precio, buscando ampliar la variedad ofrecida al cliente.

Minoristas exclusivos:

Algunas marcas que poseen gran prestigio y reconocimiento que son internacionales poseen tiendas propias, en las que se venden únicamente sus productos. Las casas extranjeras dan la oportunidad de que sean firmas locales las que también comercialicen sus productos, de manera que son los distribuidores locales los que controlan el negocio, mediante el sistema de franquicia.

Este tipo de introducción al mercado es una de las más frecuentes en Ecuador por las grandes firmas internacionales de ropa, tales como Mango, Adolfo Domínguez, Oña Sáez, Rosé Pistol, Tennis, UnitedColors of Benetton, Lanidor, Trial, Lacoste, Hugo Boss, Tommy Hilfiger, Guess, Calvin Klein, etc.

Mercados callejeros:

Esta clase de mercado son los que venden prendas de vestir de muy baja calidad y a muy precio realmente menores. Además venden falsificaciones a muy buen precio.

La venta directa por correo no es muy conocida en Ecuador pero si existen vendedoras que llevan en una maleta su mercancía.

Localización con respecto al área de consumo.

Existe gran cantidad de locales distribuidos aleatoriamente dentro de la ciudad, además cabe considerar que a la mayoría de los clientes potenciales para la implementación de este proyecto prefieren realizar sus compras al norte de la ciudad de Quito ya que allí se encuentran sus hogares.

Análisis de la competencia

| | Grandes almacenes e Hipermercados | Tiendas de ropa múltiples | Minoristas independientes | Minoristas exclusivos | Mercados callejeros |
|------------------------|---|---|--------------------------------|---|---------------------|
| Precios | 55 USD | 50 USD | 35 USD | 110 USD | 20 USD |
| Forma de pago | EFFECTIVO, TARJETAS DE CRÉDITO, CHEQUES | EFFECTIVO, TARJETAS DE CRÉDITO, CHEQUES | EFFECTIVO, TARJETAS DE CRÉDITO | EFFECTIVO, TARJETAS DE CRÉDITO, CHEQUES | EFFECTIVO |
| Descuentos | SOLO AL POR MAYOR | SOLO AL POR MAYOR | SOLO AL POR MAYOR | NO | SI |
| Servicio de post venta | NO | SI | NO | SI | NO |

Elaborado por: Linda Castillo, Evelyn Enríquez

Fuente: Encuesta

Tabla34: Matriz de análisis de mercado.

Lo que se puede apreciar es que los precios varían dependiendo del lugar en donde se vendan los conjuntos deportivos, varían desde los 20 USD hasta los 110 USD.

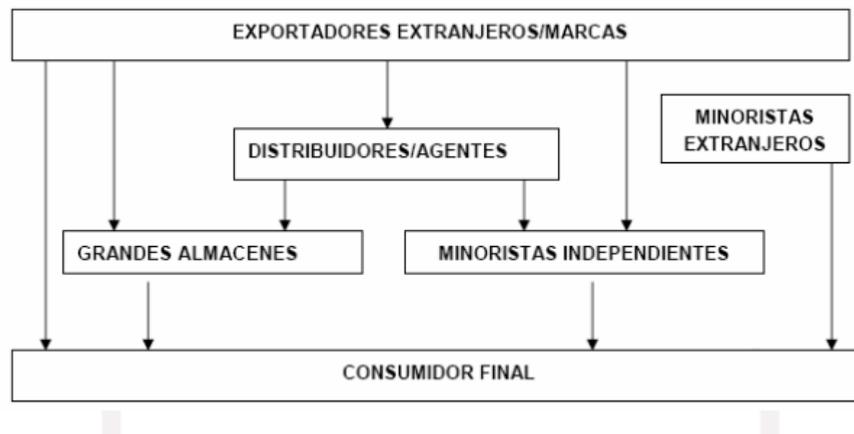
De acuerdo al establecimiento existen las políticas de cobro que en la gran mayoría son: efectivo, tarjetas de crédito y cheques. Los descuentos se los realizan netamente si hay compras al por mayor.

El servicio post venta casi no se lo toma en cuenta ya que la mayoría de negocios solo ven por sus ventas y no por lo que el cliente desea.

Sistemas de Comercialización

El sistema de comercialización es directo hacia el cliente para todos los competidores

EL MERCADO DEL SECTOR TEXTIL EN ECUADOR



Fuente: www.oficinascomerciales.es

Elaborado por: Web www.oficinascomerciales.es

Grafico 48: Mercado del sector textil en Ecuador.

Como se puede observar en el gráfico 48, se describe el proceso de la distribución es decir el sistema de comercialización de los competidores indirectos, las grandes empresas que importan son quienes distribuyen a los almacenes y minoristas independientes, en el caso de la empresa “Segunda Piel” no compraría a los importadores ya que confecciona y comercializa sus productos.

Estrategia de comercialización y distribución

Logotipo



Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Logotipo empresa “Segunda piel”

El logotipo describe que la empresa está enfocada al sector femenino es por ello que hay una mujer allí, además tiene el nombre de la empresa el cual será “Segunda Piel”, esta idea nace por la necesidad de cubrir el cuerpo humano con prendas delicadas y cómodas sintiéndolas como parte del ser mismo.

Producto a ofrecer

El producto es una colección de prendas de vestir que se denomina “tersa” debido al atributo propio de la piel, se empacará en bolsas ecológicas con el logotipo de Segunda Piel.

Una vez que el cliente realice la compra se le entregará la con una bolsa ecológica, como parte de la publicidad de la empresa.



Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Bolsas ecológicas

La colección tersa cuenta con cinco diferentes conjuntos deportivos diseñados para cada uno de los tipos de cuerpos y armonías de las mujeres.

1. Tersa reloj de arena
2. Tersa triángulo
3. Tersa triángulo invertido
4. Tersa rectángulo
5. Tersa ovalado

FODA

| | Fortalezas | Debilidades |
|-------------------|---|--|
| Análisis Interno | Satisfacción de los clientes atendidos. Continua capacitación en servicio al cliente al personal de venta. Aplicación de seguimiento, post-venta. | Escaso Poder de Negociación con los Clientes Problemas de motivación del personal |
| | Oportunidades | Amenazas |
| Análisis Externos | Oferta de asesoría de imagen a los clientes. Posicionamiento estratégico | Altos riesgos - Cambios en el entorno político Competencia de productos sustitutos Resistencia al cambio |

Planes de venta y estrategias de comercialización

Precio

Uno de los objetivos de la empresa “Segunda Piel” será el de ofrecer un producto de excelente calidad a un precio razonable y competitivo en el mercado. Para la determinación del precio de los conjuntos deportivos en sus diferentes modelos se toma el método de la “fijación de precios basada en las condiciones del mercado”.

“Fijación de precios basada en las condiciones del mercado

Existen enfoques adicionales de fijación de precios basados en las condiciones de los mercados que son aquellos que se realizan a partir de factores externos a la organización. Para empresas que lanzan nuevos productos al mercado, existen dos estrategias: el descremado o la penetración.

La estrategia de descremar el mercado: involucran la fijación de precios altos y una intensa promoción del nuevo producto. Los objetivos de ganancia se logran a través de un alto margen por unidad vendida en lugar de maximizar el volumen de ventas. Las estrategias de descremado solo pueden emplearse donde la demanda es relativamente inelástica, para productos que tienen beneficios y/o rasgos únicos que él consumidos valora.

Estrategias de penetración: apuntan a lograr una entrada amplia en los mercados; el énfasis está en el volumen de ventas por lo que los precios por unidad tienden a ser bajos. Esto facilita la rápida adopción y difusión del nuevo producto. Los objetivos de ganancia se alcanzan logrando un gran volumen de las ventas en lugar de un margen grande por unidad.” (planing)

En el proyecto se aplicara el método de las estrategias de penetración es decir se mantendrá un precio accesible para el público obteniendo la empresa una ganancia por volumen de venta.

Condiciones de venta

Al considerar que “Segunda piel” es una empresa nueva la política de cobro se manejara en efectivo y con tarjeta de crédito, pues será una mejor manera de incentivar el consumo.

Descuentos

De inicio una empresa debe tratar con cuidado el manejo de descuentos por lo cual es recomendable trabajar con promociones de apertura, como por ejemplo: por la compra de 3 calentadores se les obsequiara una blusa.

Servicio de post venta

El servicio de post venta es fundamental en validar el nivel de satisfacción de los clientes, es por ello que se contará con un equipo de call center que realizará encuesta post-venta al consumidor.

Diseño de estrategias

Uno de los objetivos de la creación de la empresa es el de posicionarla en el mercado actual, con el fin de que las clientes conozcan que existe un lugar donde adquirir ropa deportiva de excelente calidad, y que además le brinda asesoría de imagen.

La introducción del producto se realizará mediante una campaña publicitaria orientada al mercado objetivo, la cual consiste en:

*Brindar publicidad informativa la cual se realizará mediante la entrega de hojas volantes, dentro y fuera del Centro Comercial, para dar a conocer los productos que se ofrecen y el punto de venta.

*La empresa espera tener una publicidad de “boca a boca” la cual consiste en que los potenciales clientes recomienden el producto a otras personas, así se obtiene una reducción de gastos de publicidad.

* Realizar concursos vía internet a través de la redes sociales más utilizadas, para obtener diseños nuevos para las camisetas y los calentadores, a la persona que presente el modelo más original y apropiado se le dará \$150, de esta manera se dará a conocer la empresa “Segunda Piel” a través de este medio.

La comercialización

El proceso de comercialización para la empresa “Segunda Piel” incluye: formas de almacenamiento las cuales deben ser eficientes y eficaces, buenos sistemas de transporte salvaguardando las prendas deportivas, presentación del producto en fundas ecológicas y los mecanismos de promoción y publicidad antes mencionados.

La venta de los conjuntos deportivos se realizará de una manera directa en efectivo a nuestros potenciales clientes, salvo en el caso de pedidos al por mayor para el cual

se puede extender un crédito de acuerdo al monto de la compra si este superase los 10000 dólares.

La empresa “Segunda Piel” a largo plazo busca el poder brindar facilidad de pago mediante la aceptación de tarjetas de crédito contando con las más reconocidas en el mercado actual, es necesario tomar en cuenta que la empresa aplicará esta política una vez que ya se encuentre sólida, y para ello se necesitaran de dos años en adelante.

El almacenamiento de la mercadería se realizará en la bodega ubicada en las instalaciones del taller de producción y la transportación será vía terrestre en una camioneta pequeña hasta el punto de venta la cual será alquilada para cada transporte.

El lugar donde se comercializará los productos se encuentra ubicado en el norte de la ciudad de Quito en el centro comercial Iñaquito.

Selección de los canales de distribución

La distribución que la empresa “Segunda Piel” aplicará será la de forma masiva ya que está dirigida a todas las mujeres de Quito y lo que se busca es el posicionamiento de la empresa en el mercado.



El canal de comercialización que la empresa manejará es directo se podría considerar también que el gerente de la empresa, o los dueños serán los encargados de llevar hasta el punto de venta los conjuntos deportivos. El tiempo de este proceso es de un día como máximo.

Estrategias del marketing mix:

Producto:

El producto en sí es un conjunto deportivo elaborado con tela vioto, se lanzara una colección de cinco diferentes conjuntos deportivos, tendremos colores surtidos, en la talla M, y uno de los modelos tendrá estampados, esta prenda es de uso externo, de consumo unitario, y cubre las necesidades básicas como vestido, la decisión de compra por lo general es muy sencilla pero si no logra el cliente decidirse por uno de ellos es en ese momento cuando se le brindara una asesoría en cuanto al conjunto deportivo que mejor vaya con sus características.

Los conjuntos deportivos son de buena y óptima calidad, es necesario tener un control de prenda sobre prenda.

Su empaque es sencillo, consta de una bolsa ecológica con el logotipo de la empresa.

Las ventajas que la empresa tiene frente a otras empresas similares del sector son los tiempos de entrega, la puntualidad, los precios y la atención a los clientes. Además de la variedad e innovación.

La debilidad que el producto tiene frente a la competencia es que este es desconocido aun en el mercado.

Precio:

El precio estimado será de \$ 25.00 por conjunto deportivo. Las empresas de la competencia ofrecen su producto entre \$25 y \$ 60

Ofrecer promociones como por ejemplo: que por cada tres ternos se le obsequia una camiseta básica para deporte, no aplican descuentos pues se está vendiendo a precio de fabricante junto el valor agregado de la asesoría de imagen en vestimenta la cual hoy por hoy no es entregada por ninguna empresa de venta de prendas de vestir.

Programar ofertas a los clientes.

La plaza o canal de distribución o ventas:

El producto se distribuirá a través de un local en un centro comercial en el sector del norte de Quito.

Promoción:

Establecer un buen programa de publicidad, como las hojas volantes, empleando tarjetas de presentación, medios de comunicación como radio y prensa.

Aumentar los incentivos publicitarios mediante artículos de regalos para los clientes

Ofrecer incentivos en mercaderías para los compradores como promociones.

Venta personalizada brindando la asesoría necesaria.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

Objetivo del estudio técnico

Analizar la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles, permite resolver preguntas básicas referentes al tamaño, localización, distribución e ingeniería y como obtener los recursos para los materiales necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

3.1 Localización

3.1.1. Macro localización

El análisis macro localizacional consiste en escoger la zona, región, provincia o área geográfica en la que se deberá localizar el proyecto donde su principal objetivo es la reducción de los costos; como ya se ha mencionado el área seleccionada es el norte de la ciudad de Quito para el local comercial y en el centro de la ciudad para el taller.

Factores de localización

A continuación se detallan los factores localizacionales expuestos como variables en la determinación de la macro localización:

Proximidad y disponibilidad del mercado y materias primas

El potencial mercado de la empresa está ubicado en el norte (local) y centro (taller) de la ciudad de Quito, la planta de producción será ubicada en “por definir” ya que la planta está relativamente cerca al punto de venta ubicado en el norte de la ciudad de Quito.

En cuanto a las materias primas, existe una gran disponibilidad, pero de acuerdo al análisis de proveedores realizado anteriormente, se determinó que la mayoría de los proveedores seleccionados tienen sus puntos de venta relativamente cerca; para este estudio se ha tomado como prioridad la calidad de los insumos y sus bajos precios.

Medios de transporte

El medio de transporte que se utilizará será una camioneta, esta se usará para la transportación de los insumos desde la avenida occidental al centro comercial Ñaquito, usando la vía Occidental que se encuentra ubicada cerca de la planta de producción, la cual permite optimizar tiempo y dinero.

De igual forma para la transportación del producto terminado al punto de venta se usará el vehículo mencionado y se tomarán las vías que se dijo anteriormente, donde el tiempo estimado en llegar es de 30 minutos.

Disponibilidad de servicios públicos

Un factor positivo es que la planta productora y punto de venta se encuentran ubicados en el área urbana de Quito en la Occidental y en un centro comercial, estas poseen todos los servicios básicos, como alcantarillado, agua potable, luz eléctrica y teléfono. Lo cual permite el buen desenvolvimiento de las actividades de producción y ventas en los sitios mencionados.

Para la producción de ropa deportiva uno de los servicios indispensable es la energía eléctrica, debido al uso de la maquinaria industrial; un valor estimado de Kw. (kilovatios) que se requiere para la producción de un calentador deportivo es de 0.25 Kw., el costo aproximado ya incluido impuestos del kilovatio por hora es de \$0.12.

Mano de obra

La empresa “Segunda Piel” al encontrarse en la zona urbana de Quito cuenta con una gran disponibilidad de mano de obra calificada para sus operaciones, para conseguirla es necesario realizar un proceso de selección de personal a través de pruebas prácticas para poder probar las habilidades en el manejo de las máquinas, así como el tiempo que se demoran en la realización de un calentador.

Los únicos requerimientos que deben poseer los empleados es vivir en la ciudad de Quito, tener experiencia en la elaboración de ropa deportiva, disponibilidad de tiempo completo, ser responsables, puntuales, honrados.

Uno de los principales beneficios de la empresa es que genera fuentes de trabajo, por lo que ofrece a sus trabajadores estabilidad laboral, un buen ambiente de trabajo, capacitación y motivación permanente.

En los primeros años la empresa contará con 4 operarias para las máquinas de coser, una de ellas será la encargada de supervisar que todo el proceso funcione de manera óptima y llevará a cabo el control de calidad, gracias a la experiencia que posee en el campo.

Cuando la empresa alcance un reconocimiento en el mercado se procederá a contratar los servicios profesionales de un diseñador de modas para las futuras creaciones.

3.1.2 Microlocalización

La micro localización permite determinar el lugar preciso donde se ubicará el proyecto, básicamente se describe las características y costos del terreno, infraestructura y medio ambiente, se debe tomar en cuenta adicionalmente los costos de la inversión al igual que las condiciones locales.

Para poder definir la ubicación se empleará el método cualitativo por puntos.

“Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización. Esto deriva en una comparación cuantitativa de diferentes sitios.

Se puede aplicar el siguiente procedimiento para jerarquizar los factores cualitativos:

- Elaborar una lista de factores relevantes
- Asignar un peso a cada factor para indicar su importancia relativa (los pesos deben sumar 1) y el peso asignado dependerá exclusivamente del criterio del investigador.
- Asignar una escala común a cada factor (por ejemplo de 1 a 10) y elegir cualquier mínimo.
- Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar la calificación por el peso.

- Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación.”
(Alvarez, 2004)

Al aplicar el método antes mencionado se llega a las siguientes opciones:

- Zona valles: Los arriendos son más bajos
- Zona norte: En este lugar se encuentran nuestros clientes potenciales
- Zona centro: En este sector se concentran la gran parte de los proveedores de materia prima e insumos
- Zona sur: Se cuenta con espacio físico ya que es un sector que se encuentra en crecimiento.

| FACTOR | PESO | ZONA VALLE | | ZONA NORTE | | ZONA CENTRO | | ZONA SUR | |
|---|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|----------|------------|
| | | Calific. | Pond. | Calific. | Pond. | Calific. | Pond. | Calific. | Pond. |
| Medios y Costos de Transporte | 17% | 3 | 0,51 | 9 | 1,53 | 10 | 1,7 | 8 | 1,36 |
| Disponibilidad y costo de mano de obra | 15% | 6 | 1,02 | 7 | 1,19 | 8 | 1,36 | 9 | 1,53 |
| Cercanía de Fuentes de abastecimiento | 18% | 4 | 0,68 | 8 | 1,36 | 10 | 1,7 | 8 | 1,36 |
| Disponibilidad de agua, energía, teléfono | 20% | 9 | 1,53 | 9 | 1,53 | 9 | 1,53 | 9 | 1,53 |
| Estructura impositiva y legal | 11% | 7 | 1,19 | 8 | 1,36 | 9 | 1,53 | 8 | 1,36 |
| Costos de arriendo | 19% | 10 | 1,7 | 7 | 1,19 | 9 | 1,53 | 8 | 1,36 |
| TOTAL | 100% | | 6,63 | | 8,16 | | 9,35 | | 8,5 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 35: Matriz de micro localización

Después de haber analizado cada una de las opciones anteriores se concluye que el lugar propicio para la ubicación de la empresa es en el centro de la ciudad de Quito

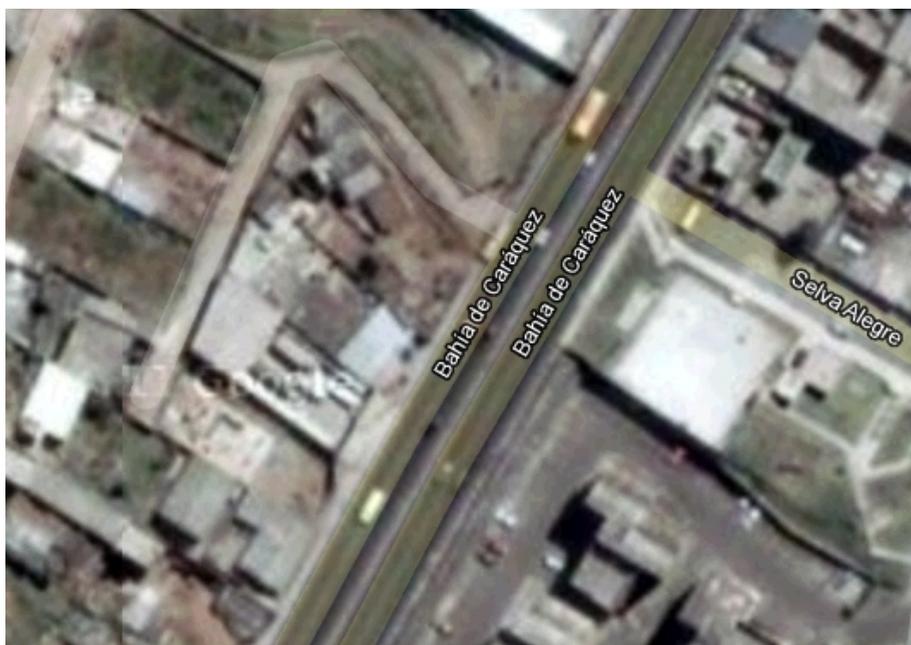
Localización del punto de venta



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Mapa de localización punto de venta

Localización del taller comercial



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Mapa de localización de la empresa “Segunda Piel”

3.2. Distribución de la planta

Para obtener una óptima distribución de la planta se debe tomar en cuenta ciertos parámetros que permite ser más eficiente el uso de los espacios físicos como son: la integración total, mínima distancia de recorrido, utilización del espacio físico, bienestar y seguridad del trabajador.

El tipo de proceso que manejará la empresa “Segunda Piel” es la distribución por proceso la cual ubica al personal y la maquinaria juntas ya que sus operaciones tienen secuencia y sus volúmenes de producción no son considerables.

Las dimensiones de la planta son de 72 metros cuadrados en los que se distribuye la mesa de corte, la maquinaria industrial, la zona de empaque; además se incluye una batería sanitaria y un espacio destinado a oficina de la administración.

3.3. Tamaño de la unidad productiva

3.3.1. Capacidad del proyecto

Para poder determinar la capacidad del proyecto se debe definir la unidad de medida del tamaño del mismo la cual permita dimensionar y comparar con otros. Una de las formas para encontrar la capacidad del proyecto es establecer la cantidad de producción por unidad de tiempo.

La empresa “Segunda Piel” prevé trabajar cinco días a la semana con un turno de ocho horas y una hora para almorzar, esto lleva a que se deben producir 10 conjuntos deportivos al día.

El tiempo total que los operarios dedican para conseguir un único conjunto deportivo es de 5 horas con veinte y ocho minutos, cabe mencionar que la producción es en secuencia y de manera continua por lo que al entrar en el proceso de producción con todas las piezas de corte listas se producen 3 conjuntos deportivos por cada 20 minutos, lo que por cada hora indica que tenemos una producción de 12, lo que da como resultado producción continua durante un mes en semanas de cinco días de ocho horas laborables obtenemos 2688 unidades y

anualmente se estarían produciendo a su máxima capacidad 32356 conjuntos deportivos.

De acuerdo a esta forma de determinación de la capacidad podemos establecer la unidad de medida de la siguiente manera:

Capacidad de producción del proyecto del año 1 al 4

| Número de conjuntos producidos | | 60 minutos | 8 horas | 5 días | 4 semanas | 12 meses |
|--------------------------------|--------------|------------|---------|----------|-----------|----------|
| | c/20 minutos | c/hora | c/día | C/semana | C/mes | C/año |
| | 3 | 9 | 72 | 360 | 1440 | 17280 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 36: Capacidad de producción del proyecto del año 1 al 4

Capacidad de producción del proyecto del año 5 y 6

| Número de conjuntos producidos | | 60 minutos | 8 horas | 5 días | 4 semanas | 12 meses |
|--------------------------------|--------------|------------|---------|----------|-----------|----------|
| | c/10 minutos | c/hora | c/día | C/semana | C/mes | C/año |
| | 2 | 12 | 96 | 480 | 1920 | 23040 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 37: Capacidad de producción del proyecto del año 5

En este sentido cabe mencionar que al iniciar un proceso de producción no se explotará la capacidad en su totalidad, en el primer año se producirá únicamente al 70% del total de la capacidad de producción que es de 17280, 80% para el segundo, 90% para el tercero; y llega al 100% en el cuarto, año en el cual se adquiere una máquina overlock y se incorpora a las labores textiles una costurera adicional, lo cual incrementa la producción a 23040 conjuntos deportivos de los cuales únicamente se producirá el 76% en el año quinto.

| PLAN DE PRODUCCION CONSIDERANDO CAPACIDAD INSTALADA Y DEMANDA INSATISFECHA | | | | | |
|--|---------------------|------------------|--------|---------|--------|
| (calentadores/año) | | | | | |
| Año | Capacidad Instalada | % de Utilización | ANUAL | MENSUAL | DIARIA |
| 1 | 17280 | 70% | 12.096 | 1.008 | 50 |
| 2 | 17280 | 80% | 13.824 | 1.152 | 58 |
| 3 | 17280 | 90% | 15.552 | 1.296 | 65 |
| 4 | 17280 | 100% | 17.280 | 1.440 | 72 |
| 5 | 23040 | 76% | 17.510 | 1.459 | 73 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 38: Capacidad de producción de la empresa

Se cubrirá el 6.36% del total de la demanda insatisfecha durante el primer año en el segundo año será del 7.56%, al tercer año 8.92%, a cuarto 10.47% y al quinto año del 12.69%.

| % de Demanda cubierta | | | |
|-----------------------|-----------|------------------|--------------------------|
| Año | Capacidad | Total Producción | Porcentaje de producción |
| 1 | 190165 | 12.096 | 6,36% |
| 2 | 182816 | 13.824 | 7,56% |
| 3 | 174443 | 15.552 | 8,92% |
| 4 | 164969 | 17.280 | 10,47% |
| 5 | 154310 | 19.584 | 12,69% |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 39: Porcentaje de la demanda

3.3.2. Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Dentro de los factores que condicionan el tamaño del proyecto tenemos:

- **Demanda:**

Disponibilidad de insumos: la adquisición de materia prima es un aspecto importante en el desarrollo del proyecto, se puede observar que tanto las telas,

hilos, broches, estampes, etiquetas, etc., se encuentran disponibles en el mercado local, e incluso existen varias opciones adicionales en caso de que uno de ellos no contara con la materia prima o en el peor de los casos no cumpliera con el contrato.

Tecnología y equipos: Para el proyecto se requiere de una tecnología específica, como es el caso de las máquinas industriales, debido a su rapidez y capacidad de producción. Es decir se requerirán dos máquinas overlock, cuya capacidad de producción se estima que es de 25 conjuntos de prendas deportivas por día por máquina; una máquina cortadora vertical que se estima puede cortar alrededor de 1000 metros de tela diarios, una recubridora de cinco hilos y tres agujas, la cual permite realizar doblados y refuerzos en 300 calentadores por día; una máquina recta industrial, cuyo uso es para colocación de encaje y su capacidad es de trabajar en unas 250 prendas al día; y una elasticadora, la cual puede poner el elástico en un día alrededor de 160 prendas.

Disponibilidad de mano de obra: Las nuevas carreras en corte, diseño y confección de prendas hace que existan nuevos profesionales que se convierten en personas desempleadas o con trabajos ocasionales que tienen conocimiento de las operaciones textiles nacionales y del manejo de la maquinaria necesaria para llevar a cabo este tipo de actividad productiva, por tal motivo existe una gran oferta de recursos humanos que se acoplarán a los perfiles laborales que la nueva empresa requerirá para llevar a cabo su papel en la economía nacional.

Financiamiento: El financiamiento del proyecto estará dado por recursos propios y un crédito bancario.

3.4. Ingeniería del proyecto

“El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipos y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva” (Urbina)

3.4.1 Maquinaria y equipo

Para la confección de la ropa deportiva es indispensable contar con máquinas industriales debido a su gran capacidad y rapidez al momento de coser, por lo que la empresa contará con la siguiente maquinaria



Fuente: Mercado Libre

Máquina Overlock

Descripción:

- Máquina overlock 5 hilos, marca Kingtex, sistema semipesado
- 6000-7000c.punt/min
- lubricación automática
- Motor 3450rpm
- Por las dos máquinas se confeccionaran alrededor de 25 conjuntos deportivos por día.

| Requerimiento máquina overlock | | | |
|--------------------------------|----------|----------------|-------------|
| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Máquina Overlock Kingtex | 2 | 940 | 1880 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 40: Requerimiento Máquina Overlock



Fuente: Mercado Libre

Máquina Recta

Descripción:

- Máquina de coser recta GEM 8500: Costura recta
- Lubricación automática
- Velocidad de 5.500 puntadas por minuto
- Costura liviana e intermedia.
- Trabaja en 250 prendas al día coloca encajes

| Requerimiento máquina recta | | | |
|-----------------------------|----------|----------------|-------------|
| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Máquina Recta GEM 8500 | 1 | 1200 | 1200 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 41: Requerimiento máquina recta



Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Máquina recubridora

Fuente: Mercado libre

Descripción:

- Recubridora PegasusCW 500 N
- Motor Wang Sing
- Tiene 5 hilos y 3 agujas
- Permite realizar doblados y refuerzos
- Recubre alrededor de 300 calentadores por día

| Requerimiento maquina recubridora | | | |
|-----------------------------------|----------|----------------|-------------|
| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Máquina Recubridora | 1 | 1000 | 1000 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 42: Requerimiento máquina recubridora



Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Máquina cortadora

Fuente: Mercado libre

- Cortadora de tela 11' pulgadas

| Requerimiento maquina cortadora | | | |
|---------------------------------|----------|----------------|-------------|
| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Máquina Cortadora | 1 | 2200 | 2200 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 43: Requerimiento máquina cortadora



Máquina elasticadora

Fuente: Mercado libre

- Ponen elástico en un día a 160 prendas

- Modelo Z100 A4DF-1
- 5 HILOS
- Con pega elástico

| Requerimiento máquina elasticadora | | | |
|------------------------------------|----------|----------------|-------------|
| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Máquina Elasticadora | 1 | 2200 | 2200 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 44: Requerimiento máquina elasticadora



Plancha transfer

Fuente: Mercado libre

- Plancha transfer Ad3
- Requiere papel para sublimar

| Requerimiento plancha transfer | | | |
|--------------------------------|----------|----------------|-------------|
| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
| Máquina Plancha Transfer | 1 | 300 | 300 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 45: Requerimiento plancha transfer

Proveedores de máquinas

| PROVEEDORES | DIRECCION | TELEFONO |
|--------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Luis Sánchez | Guayaquil | 26029382 |
| Freddy Aguilar | Quito, barrio Clemente Ballen | 91673136 |
| Claudia Villagomez | Pifo, Quito | 022777876/ 087487582 |
| Zoila Hernández | Quito, Cdla. Atahualpa | 22650993 |

Elaborado por: Evelyn Enriquez y Linda Castillo

Tabla 46: Proveedores máquinas

3.4.2. Edificios e infraestructura

Costos de inversión del proyecto

| EMPRESA SEGUNDA PIEL PRESUPUESTO DE INVERSIONES | | |
|---|-------------|---------------------|
| EN DOLARES | | |
| DESCRIPCION | SUB TOTAL | TOTAL |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | | |
| PLANTA , MAQUINARIA Y EQUIPOS | | |
| ADECUACIONES Y ARREGLOS DE PLANTA | | \$ 1,400.00 |
| Divisiones de espacio | \$ 1,000.00 | |
| Instalaciones electricas | \$ 400.00 | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | | \$ 8,780.00 |
| Plancha para sublimación | \$ 300.00 | |
| Cortadora industrial de tela | \$ 2,200.00 | |
| Overlock | \$ 1,880.00 | |
| Recta Industrial | \$ 1,200.00 | |
| Recubridora | \$ 1,000.00 | |
| Elasticadora | \$ 2,200.00 | |
| EQUIPO DE SEGURIDAD | | \$ 340.00 |
| EXTINTOR CO3 | \$ 240.00 | |
| SENALETICA DE EMERGENCIA | \$ 100.00 | |
| EQUIPOS DE COMPUTACION , MUEBLES Y | | \$ 1,940.00 |
| Computadoras | \$ 400.00 | |
| Estanterias | \$ 510.00 | |
| Tablón de cortar | \$ 160.00 | |
| Escritorio | \$ 160.00 | |
| Sillas de trabajo | \$ 210.00 | |
| Impresora multifunción | \$ 300.00 | |
| TELEFONO | \$ 200.00 | |
| TOTAL INVERSIONES PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO | | \$ 12,460.00 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 47: Costos de inversión

3.4.3. Costos de operación: mantenimiento y reparación

El mantenimiento de la maquinaria es constante y se durante su uso el personal de la empresa tiene como parte de sus funciones validar antes de empezar a trabajar que la máquina se encuentre en perfecto estado con lo que se mitiga en alto grado el índice de inconvenientes que se puedan presentar con la maquinaria y para un mantenimiento técnico general se llamará al servicio técnico, el cual durante el primer año realizará una revisión general cada seis meses, a partir del segundo año se hace una revisión general cada tres meses, todo esto cubierto con Serviseguros S.A.

| SEGURO INCLUYE MANTENIMIENTO | | |
|------------------------------|-----|-------------|
| Año | % | Costo anual |
| 1ero | 20% | 1785 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 48: Seguro de maquinaria

3.4.4. Distribución en planta

La planta se encuentra distribuida en un área de corte, área de confección, área de control de calidad, área de sublimación, bodega, baño y cafetería.

3.4.5. Plan físico del área de producción

Tamaño de la planta 120 m²



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Gráfico 49: Plan físico del área de Producción

3.4.3. Impacto ambiental

El lugar en donde se encuentra la empresa no tiene incidencia en la naturaleza además que en si el proyecto no contamina el ambiente.

Todo proyecto que se va ejecutar debe realizar un estudio profundo de la influencia que puede ejercer en el medio ambiente, para evitar su contaminación y destrucción. El presente proyecto busca proteger los ecosistemas, propagar la preservación del medio ambiente, proteger la biodiversidad existente de una manera práctica y equilibrada, cumpliendo con todo lo establecido en las leyes de nuestro país.

Legislación vigente

La Ley de Gestión Ambiental, ley No. 37, publicada en el registro oficial No. 245 el 30 de julio de 1999, contando con leyes complementarias como la de Régimen Municipal y de Régimen Provincial, son las encargadas en controlar la contaminación y destrucción del medio ambiente, en proyectos como en obras públicas o privadas ejecutadas por empresas o industrias, esto se realiza a través de entidades gubernamentales que vigilen el fiel cumplimiento de dichas leyes, para el caso lo concerniente a la construcción. Si se considera la legislación vigente, se puede citar los cinco primeros artículos de la Ley de Gestión Ambiental, en los cuales se resume los principios de la misma para todos los que deseen ejecutar un proyecto u obra pública o privada.

“Ley de gestión ambiental título ámbito y principios de la ley

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 3.- El proceso de gestión ambiental, se orientará según los principios universales del Desarrollo Sustentable, contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de 1992, sobre medio ambiente y desarrollo.

Art. 4.- Los reglamentos, instructivos, regulaciones y ordenanzas que, dentro del ámbito de su competencia, expidan las instituciones del Estado en materia ambiental, deberán observar las siguientes etapas, según corresponda, desarrollo de estudios técnicos sectoriales, económicos, de relaciones comunitarias, de capacidad institucional y consultas a organismos competentes e información a los sectores ciudadanos.

Art. 5.- Se establece el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental como un mecanismo de coordinación transectorial, interacción y cooperación entre los distintos ámbitos, sistemas y subsistemas de manejo ambiental y de gestión de recursos naturales” (Judicial)

Identificación y descripción de los impactos potenciales

Considerando que la empresa va a confeccionar ropa deportiva con materia prima que esta lista para trabajar esta no causara un impacto ambiental significativo, no es necesaria la presentación de un estudio de impacto ambiental, porque no se realizará proceso alguno de transformación de materia prima y no generará desechos tóxicos que provoquen una contaminación ambiental.

Sin embargo se podría establecer como posibles impactos ambientales los siguientes:

Ruido generado por la actividad de la maquinaria.

Contaminación por la mala disposición de los residuos.

Fuentes de impacto ambiental

| Fuentes de impacto ambiental | | Ocurre Si / No |
|------------------------------|--|-------------------|
| A. | Por la ubicación y diseño | |
| 1 | ¿Las obras o ampliaciones se encuentran a menos de 100m de un curso de agua? | No |
| 2 | ¿El proyecto se ubica en terreno agrícola, áreas de protección o de riesgo? | No |
| 3 | El proyecto carece de servicios higiénicos para trabajadores? | No |
| 4 | ¿El proyecto se ubica cerca de un pozo de relleno sanitario o del sistema de tratamiento de desague? | No |
| 5 | ¿El suelo sobre el que se desarrolla el proyecto es arcilloso o poco permeable? | No |
| B. | Por la ejecución | |
| 1 | ¿El transporte de materiales afectará a zonas cercanas? | No |
| 2 | ¿Se generarán ruidos y vibraciones por periodos prolongados en zonas pobladas? | No |
| 3 | ¿Se carece de sistemas adecuados para la disposición de residuos tóxicos o peligrosos? | No |
| C. | Por la operación | |
| 1 | ¿El dimensionamiento de la Materia Prima sobrepasa la capacidad de la bodega? | No |
| 2 | ¿La instalación de salud carece de un sistema adecuado e independiente de desechos peligrosos? | No |
| 3 | ¿El proyecto carece de personal capacitado para la operación? | No |
| 4 | ¿El personal encargado de la producción carece de los medios de protección adecuados? | No |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 49: Matriz fuentes de impacto ambiental

Se realizó el análisis de todas las posibles fuentes de impacto ambiental, y se puede observar en la tabla 44 que todas las respuestas fueron negativas y esto se da ya que el proyecto no es dañino para el medio ambiente.

| Grado de impacto ambiental | |
|----------------------------|------------------|
| I | Intenso |
| L | Leve |
| N | No significativo |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 50: Grado de impacto ambiental

| FICHA DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL (EIA) | | | |
|--|---|-------|---|
| Código | Impacto potencial | Grado | Medidas de mitigación |
| 1 | Contaminación del agua. | N | No desperdicio del agua |
| 2 | Contaminación Auditiva | L | Medidas de aislamiento del ruido |
| 3 | Contaminación del aire. | N | Reciclaje |
| 4 | Perturbación del hábitat y/o alteración de la comunidad | N | Adecuada asignación de horario |
| 5 | Generación de focos infecciosos | N | Adecuado manejo de desperdicios |
| 6 | Accidentes fatales. | N | Implementación y supervisión de programas de seguridad. |
| 7 | Incidencia de incendios | L | Adecuadas medidas de control |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 51: Ficha de evaluación de impacto ambiental

| Para determinar la categoría del proyecto | |
|---|-----------|
| Ocurrencia de grados | Categoría |
| Al menos un caso de I | 1 |
| Ningún caso de I y al menos 1 de L | 2 |
| Ningún caso de I ni de L | 3 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 52: Categoría del proyecto

Se analiza la tabla 46 y se observa que del total de siete impactos potenciales cinco de ellos son no significativos y dos leves, por lo tanto se llega a la conclusión de que el nivel de impacto en la categoría del proyecto es 2, lo cual es muy bajo.

| Matriz de Impactos Ambientales Positivos y Negativos | | | | | | | | | | | | | |
|--|----------|----------|--------|--------------|-------------|-------|------------|-------|----------|----------|------|----------|---------|
| Variables de incidencia | Efecto | | | Temporalidad | | | Espaciales | | | Magnitud | | | |
| | Positivo | Negativo | Neutro | Permanente | Transitoria | | | Local | Regional | Nacional | Leve | Moderado | Fuertes |
| | | | | | Corta | Media | Larga | | | | | | |
| MEDIOFÍSICO NATURAL | | X | | | X | | | X | | | X | | |
| 1) Contaminación del agua | | X | | | X | | | X | | | X | | |
| 2) Ruidos Fuertes | | X | | | X | | | X | | | X | | |
| 3) Contaminación del Aire | | X | | | X | | | X | | | X | | |
| MEDIO SOCIAL | | | | | | | | | | | | | |
| 1) Accidentes fatales | | X | | | X | | | X | | | X | | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 53: Matriz de impactos ambientales positivos y negativos

Todas las variables de incidencia tienen efecto negativo, una temporalidad corta, la espacialidad de estas son local, y su magnitud es leve ya que el impacto ambiental del proyecto no es grave.

Medidas de mitigación

Una vez identificados los posibles factores que produzcan problemas de impacto ambiental según lo detallado anteriormente en todas las matrices, se propone medidas que ayuden a prevenir, minimizar y mitigar los impactos del proyecto, para brindar protección a las áreas de interés humano y ecológico, entre ellas se tiene:

- Mitigar afectaciones por ruido a los vecinos del área.
- Prevenir la contaminación por mala disposición de residuos, es decir si nos quedan retazos de tela volverlos a utilizar, los cuales podrán ser donados al Proyecto Salesiano para su posterior venta.



3.4.4. La empresa y su organización

En esta parte se verán los requerimientos legales que se deben cumplir para la constitución de la empresa. Se realizará el esquema administrativo organizacional que le permite a la empresa llevar a cabo las actividades productivas de una manera eficaz y eficiente.

Los siguientes pasos que se detallan a continuación son obligatorios para que cualquier empresa nueva pueda funcionar bajo las reglas que impone la Superintendencia de Compañías.

- **Darle un nombre a la empresa.** Cuando ya se ha pensado el nombre es necesario dirigirse a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, o ver si este ya está ocupado, presentando la cedula de ciudadanía. En caso de que no esté registrado por otra persona se posee un plazo de 30 días de reserva, si se necesita se puede ampliar el plazo haciendo una petición expresa de más tiempo.

Después se tiene que acercarse a cualquier banco dentro de la ciudad de Quito para abrir una cuenta de integración de capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio, para abrir esta cuenta se necesita los siguientes documentos:

1. “Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de integración de capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del capital.

4. El valor del depósito

El nombre: Puede ser una denominación objetiva o de fantasía, y debe ser aprobado en la Superintendencia de Compañías. (Art. 92 de la Ley de Compañías)

2) Escritura de la Constitución de la Compañía. Este documento se debe redactar con un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, se tiene que poner este documento como instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

Para ya inscribirlo en la notaría se necesitan los siguientes documentos:

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de integración de capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la Compañía
5. Pago derechos notaría

Una vez presentado todos los documentos para la escritura de constitución se debe solicitar la Aprobación de las escrituras de constitución. Para ello es necesario presentar los siguientes documentos:

1. Tres copias certificadas de las escrituras de constitución
2. Copia de la cédula del abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las escrituras de constitución de la compañía

Después que se obtiene ya la escritura de la constitución de la compañía se debe cumplir con las disposiciones de la resolución.

El trámite es el siguiente:

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la notaría donde se celebró la escritura de constitución para su marginación.

3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

La documentación que se debe presentar para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de las escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la empresa.

3) Registro mercantil. Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.

Se debe inscribir las escrituras en el Registro Mercantil, la documentación necesaria para este trámite serán:

1. Tres copias de las escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

Además en necesario inscribir el nombramiento de la directiva de la compañía en el registro mercantil.

1. Tres copias de cada nombramiento
2. Copia de las escrituras de constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del presidente y gerente

4) Reingresar los documentos a la Superintendencia de Compañías. Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.

La documentación con la que se volverá a re ingresar a la Superintendencia de Compañías es la siguiente:

1. Formulario RUC 01A
2. Formulario RUC 01B
3. Nombramientos gerente y presidente inscritos en el Registro Mercantil
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de gerente y presidente
5. Tercera copia certificada de la escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
6. Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la compañía
7. Publicación del extracto

5) Crear el RUC de la empresa como último paso.

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
3. Original y copia de los nombramientos gerente y presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la compañía o del representante legal.

7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el representante legal autorizando.

6) Retirar la cuenta de integración de capital

Una vez que se obtenga el RUC de la compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

La documentación que se necesita es la siguiente:

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para la apertura de la cuenta de Integración de capital.
2. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la compañía.
3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

7) Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la compañía

La documentación necesaria es:

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejarán la cuenta.
3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

8) Obtener permisos para imprimir Facturas

Para poder imprimir las facturas es necesario que el SRI visite y verifique el lugar en donde se encuentra la compañía.

La documentación que se necesita es:

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de bomberos.
3. En caso de realizar operaciones de comercio exterior, la autorización de la CAE.
4. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la compañía.
5. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la compañía.
6. Registro patronal en el IESS.
7. Patente Municipal.
8. Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
9. Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
10. Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

Una vez realizados todos los pasos se necesita el permiso de bomberos.

Permiso de bomberos: Para realizar este trámite se necesita:

- Copia de cédula de ciudadanía.
- Copia completa y autorizada del RUC
- Si lo realiza una persona jurídica deberá adjuntar una copia del nombramiento vigente del representante legal.
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor.
- Original y copia de la calificación artesanal en caso de ser artesano.

Cuando se haya reunido estos requisitos se tiene que ir a cualquier centro de atención del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Quito”. (buenastareas, 2012)

Tipo de Empresa (sector, actividad económica)

“Las empresas se pueden clasificar de acuerdo a su ocupación principal en:

Comercial.- Cuando se dedica fundamentalmente a la compraventa de un producto determinado.

Industrial.- Cuando se dedica a la producción y ofrezca un producto final o intermedio. Servicio.- Cuando la empresa ofrece un producto intangible al consumidor.” (Rafael)

El presente proyecto se enmarca dentro de la clasificación de empresa industrial, porque se dedicará a la confección de ropa deportiva. Según la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que utiliza el Banco Central del Ecuador, se clasifican según el tipo de bienes y servicios, de insumos utilizados para la producción o de las técnicas utilizadas para producir y la disponibilidad estadística.

En el caso ecuatoriano se establecen 47 industrias al primer nivel (nivel 1), y 71 industrias al segundo nivel (nivel 2) adaptadas en base a la clasificación Industrial Internacional Uniforme. El producto se encuentra en el código 021 Industrias Manufactureras, y dentro de éste en el subsector 020002 fabricaciones de prendas de vestir.

Una vez que se analiza la base legal se elige que tipo de empresa será es por ello que la empresa se llamara “SEGUNDA PIEL S.A” esto quiere decir que será una sociedad anónima conformada por dos accionistas.

Base filosófica de la Empresa

La Base Filosófica de la empresa está dada en la visión y misión, los objetivos estratégicos basados en principios y valores.

Visión

Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo. Una visión debe ser breve y concisa, fácil de captar y recordar, tener alta credibilidad, ser flexible y creativa

Constituirse en una sólida empresa en la confección y distribución de ropa deportiva y asesoría de imagen en la ciudad de Quito, mediante el uso responsable y eficiente de materias primas e insumos de calidad, aplicando el talento humano y tecnológico óptimo para una industria, lo que le permite conocer y cumplir a cabalidad con las necesidades y expectativas del mercado meta.

Misión

La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que dice a los clientes las necesidades que satisface, cuáles son los límites de sus actividades; por tanto, es aquello que todos los que componen la empresa u organización se sientan motivados a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión de la empresa.

Confeccionar ropa deportiva de calidad, y brindar una excelente asesoría empleando las mejores materias primas, de modo que satisfaga los requerimientos de los usuarios de manera eficiente y eficaz, a través de diseños con un estilo innovador.

Objetivos Estratégicos

Los objetivos señalan lo que la compañía desea alcanzar con las estrategias.

Los objetivos estratégicos de la compañía son:

- Ofertar ropa deportiva confeccionada con materias primas de calidad que cumplan con las necesidades y expectativas del mercado quiteño.
- Generar un ambiente de trabajo favorable para que los empleados trabajen de una manera eficiente y eficaz.

- Desarrollar diseños que diferencien la ropa deportiva que confecciona la compañía con las que ofertan la competencia.
- Conocer la necesidad y requerimientos que tiene el cliente con respecto a los productos a ofertar.

Principios y Valores

La empresa para determinar la misión y la visión debe proponerse cumplir con principios y valores.

Principios

Los principios que guían a la compañía son:

- a) Eficiencia y agilidad en la confección de la ropa deportiva
- b) Asesoría adecuada al cliente sobre su imagen y la combinación con la ropa deportiva
- c) Mejoramiento continuo de todas las operaciones de la empresa.
- d) Innovación y creatividad para lograr diseños competitivos.
- e) Respeto y consideración tanto al cliente interno como el externo, así como a los socios de la compañía.

Valores

Los valores de la empresa son:

- a) Honestidad en todas las actividades procurando salvaguardar los intereses de los socios y clientes.
- b) Responsabilidad que permitirá optimizar al máximo los recursos que la compañía utiliza para realizar sus actividades productivas
- c) Lealtad, al cumplir su compromiso con la naturaleza y la sociedad para de esta manera satisfacer los requerimientos de los socios, clientes y empleados.

Estructura Orgánica

“La estructura organizacional es un marco que preparan los gerentes para dividir y coordinar las actividades de los miembros de una organización” (STONER)

Dicho en otras palabras, la estructura orgánica es el esquema de jerarquización y división de las funciones que una empresa establece considerando las líneas de autoridad en diferentes niveles, para de esa manera delimitar las responsabilidades de cada empleado, lo que permite ubicar a las unidades administrativas, en relación con las que le son subordinadas en el proceso. La estructura con que la empresa llevará a cabo sus actividades productivas será por medio de departamentos y procesos

Responsabilidades

Junta general de accionistas

| JUNTA DE ACCIONISTAS | |
|---|---------------------|
| Denominación del cargo: | Accionistas |
| Departamento: | |
| Jefe inmediato: | No tiene |
| Subordinado: | Todos los empleados |
| Marco de relación interna: | Gerente General |
| Marco de relación externa: | Proveedores |
| Número de personas en el cargo: | 2 |
| Misión: | |
| Aprobar el informe de gerencia sobre las actividades desarrolladas por la compañía en el período. | |
| Funciones y responsabilidades: | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Verificar en el libro de actas, todas las reuniones, acuerdos, resoluciones y demás trabajos de la asamblea de socios * Reformar los estatutos de la compañía, de acuerdo a las normas que determina la ley * Crear y organizar los cargos los cargos y asignar los salarios al personal * Determinar las necesidades para la compra de materia prima, reinversión y decisiones financieras generales. | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 54: Funciones junta de accionistas

Gerente general

| GERENTE GENERAL | |
|---|-----------------------|
| Denominación del cargo: | Gerente General |
| Departamento: | Gerencia General |
| Jefe inmediato: | Junta de Accionistas |
| Subordinado: | Todos |
| Marco de relación interna: | Todos los empleados |
| Marco de relación externa: | Proveedores, clientes |
| Número de personas en el cargo: | Uno |
| Misión: | |
| Velar por la satisfacción de los clientes internos como externos, a través de planificar, ejecutar, dirigir y controlar | |
| Funciones y responsabilidades: | |
| * Asesorar de manera eficiente a la empresa * Desarrollar los manuales de funciones * Realizar el presupuesto anual de la empresa * Diseñar estrategias para la innovación en el mercado | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 55: Funciones de gerente general

Operarios

| OPERATIVOS | |
|---|-----------------------|
| Denominación del cargo: | Operario |
| Departamento: | |
| Jefe inmediato: | Gerente General |
| Subordinado: | Ninguno |
| Marco de relación interna: | Gerente General |
| Marco de relación externa: | Proveedores, clientes |
| Número de personas en el cargo: | 2 |
| Misión: | |
| Se encargaran de la parte productiva de la empresa | |
| Funciones y responsabilidades: | |
| * Manejar las máquinas y preocuparse por su mantenimiento | |
| * Solicitar materia prima, insumos y todo lo necesario | |
| * Realizar todo lo que su jefe inmediato le pida | |
| * Diseñar estrategias para la innovación en el mercado | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 56: Funciones de operarios

Vendedor

| VENDEDOR | |
|---|-----------------|
| Denominación del cargo: | Vendedor |
| Departamento: | Ventas |
| Jefe inmediato: | Gerente General |
| Subordinado: | Ninguno |
| Marco de relación interna: | Gerente General |
| Marco de relación externa: | clientes |
| Número de personas en el cargo: | 1 |
| Misión: | |
| Realizar un buen servicio y atención al cliente | |
| Funciones y responsabilidades: | |
| * Supervisar la bodega y existencias que hay en el local | |
| * Realizar un buen proceso de comercialización del producto | |
| * Entregar facturas de venta y cierre de proceso de venta | |
| * Brindar una asesoría en cuanto a que conjunto deportivo es bueno para el cliente, de acuerdo a su armonía y tipo de cuerpo. | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 57: Funciones del vendedor

Secretaria contable

| SECRETARIA CONTABLE | |
|---|------------------------|
| Denominación del cargo: | Secretaría de Gerencia |
| Departamento: | Gerencia General |
| Jefe inmediato: | Gerente General |
| Subordinado: | Todos los empleados |
| Marco de relación interna: | Gerente General |
| Marco de relación externa: | Proveedores |
| Número de personas en el cargo: | 1 |
| Misión: | |
| Mantener un orden y archivo apropiado para el buen desenvolvimiento de la empresa. | |
| Funciones y responsabilidades: | |
| * Realizar informes financieros * Pagar a proveedores * Llevar la contabilidad de la empresa * Realizar todo lo que su jefe inmediato solicite | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 58: Funciones de la secretaria contable

Perfiles Profesionales

Dentro de los perfiles profesionales que se requiere para trabajar en el sector textil se tiene los siguientes, los mismos que van distribuidos por cada empleado de la fábrica.

Gerente

- Título Universitario Ingeniería Comercial o afines.
- Experiencia en manejo administrativo y giro del negocio.
- Orientación al trabajo en equipo.
- Orientación al liderazgo.
- Experiencia en toma de decisiones.

| Salario Gerente | | | | |
|---------------------|--------|------------|-------|-------|
| Año: 2013 | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | |
| Cargo | Sueldo | BENEFICIOS | Total | Total |

| | Básico | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | |
|----------------------------|--------|-------|-------|------------|------------------|-----------------|--------|----------|
| Gerente | 800,00 | 66,67 | 28,78 | 33,33 | - | 97,20 | 225,98 | 1025,98 |
| Total Sueldo Básico | 800,00 | | | | | | | 1025,98 |
| | | | | | | | | 12311,78 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 59: Sueldo Gerente.

El sueldo del gerente o administrador será de 800 dólares americanos líquidos a eso se le añade todos los beneficios de ley que son el décimo tercero, el cual se calcula el sueldo por el 8.33% o se divide el sueldo para 12, otro beneficio es el décimo cuarto el cual se lo encuentra dividiendo el básico para 12, las vacaciones es el sueldo dividido para 24, los fondos de reserva tienen el mismo calculo que el décimo tercer sueldo pero este se cancela una vez el empleado tenga un año de trabajo, el aporte patronal es el 12.15% del sueldo, al sumar el sueldo mas todos los beneficios esta persona ganara aproximadamente 1025.98 dólares al mes.

Secretaria

- CPA o estudiante universitaria en auditoría - finanzas.
- Experiencia laboral de un año.
- De 20 a 30 años de edad.
- Trabajar bajo presión.
- Excelente presencia.
- Buenas relaciones interpersonales.

| |
|---------------------------|
| Salario Secretaria |
| Año: 2013 |

| (cifras en dólares) | | | | | | | | | |
|----------------------------|---------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------------|---------|
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios | |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | | |
| Secretaria | 400,00 | 33,33 | 28,78 | 16,67 | - | 48,60 | 127,38 | 527,38 | |
| Total Sueldo Básico | 400,00 | | | | | | Total Sueldo Mensual | | 527,38 |
| | | | | | | | Total Sueldo Anual | | 6328,58 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 60: Sueldo secretaria

El sueldo de la secretaria será de 400 dólares americanos líquidos a eso se le añade todos los beneficios de ley que son el décimo tercero, el cual se calcula el sueldo por el 8.33% o se divide el sueldo para 12, otro beneficio es el décimo cuarto el cual se lo encuentra dividiendo el básico para 12, las vacaciones es el sueldo dividido para 24, los fondos de reserva tienen el mismo calculo que el décimo tercer sueldo pero este se cancela una vez el empleado tenga un año de trabajo, el aporte patronal es el 12.15% del sueldo, al sumar el sueldo mas todos los beneficios esta persona ganara aproximadamente 527.58 dólares al mes.

Vendedor

- Comunicativo
- Excelente presencia.
- Ser honrado y leal.
- Ser proactivo.
- De 22 a 35 años de edad.

Experiencia laboral de 3 años en venta de productos afines.

| |
|----------------------------|
| Salario Vendedor |
| Año: 2013 |
| (cifras en dólares) |

| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios | |
|----------------------------|---------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------------|---------|
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | | |
| Vendedor | 350,00 | 29,17 | 28,78 | 14,58 | - | 42,53 | 115,06 | 465,06 | |
| Total Sueldo Básico | 350,00 | | | | | | Total Sueldo Mensual | | 465,06 |
| | | | | | | | Total Sueldo Anual | | 5580,68 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 61: Sueldo vendedor

El sueldo del vendedor será de 350 dólares americanos líquidos a eso se le añade todos los beneficios de ley que son el décimo tercero, el cual se calcula el sueldo por el 8.33% o se divide el sueldo para 12, otro beneficio es el décimo cuarto el cual se lo encuentra dividiendo el básico para 12, las vacaciones es el sueldo dividido para 24, los fondos de reserva tienen el mismo calculo que el décimo tercer sueldo pero este se cancela una vez el empleado tenga un año de trabajo, el aporte patronal es el 12.15% del sueldo, al sumar el sueldo mas todos los beneficios esta persona ganara aproximadamente 465.06 dólares al mes.

Asistente 1 y 2

- Bachiller contable.
- Experiencia en manejo de Bodega

| Salario Asistentes de Producción | | | | | | | | |
|----------------------------------|---------------|------------|------|------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------------------|
| Año: 2013 | | | | | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | | | | | |
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | |

| | | | | | | | | |
|----------------------------|--------|-------|-------|-------|---|-----------------------------|--------|----------|
| Asistente 1 | 320,00 | 26,67 | 28,78 | 13,33 | - | 38,88 | 107,66 | 427,66 |
| Asistente 2 | 320,00 | 26,67 | 28,78 | 13,33 | - | 38,88 | 107,66 | 427,66 |
| Total Sueldo Básico | 640,00 | | | | | Total Sueldo Mensual | | 855,32 |
| | | | | | | Total Sueldo Anual | | 10263,88 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 62: Sueldos asistentes

El sueldo de los dos asistentes necesarios para la producción será de 320 dólares americanos líquidos a eso se le añade todos los beneficios de ley que son el décimo tercero, el cual se calcula el sueldo por el 8.33% o se divide el sueldo para 12, otro beneficio es el décimo cuarto el cual se lo encuentra dividiendo el básico para 12, las vacaciones es el sueldo dividido para 24, los fondos de reserva tienen el mismo calculo que el décimo tercer sueldo pero este se cancela una vez el empleado tenga un año de trabajo, el aporte patronal es el 12.15% del sueldo, al sumar el sueldo mas todos los beneficios esta persona ganara aproximadamente 427.66 dólares al mes por cada uno.

Cortadora

- Estudiantes de corte y confección
- Manejar máquinas cortadoras.
- No es necesario experiencia.
- Tener buenas relaciones interpersonales.

| Salario Cortadora | | | | | |
|---------------------|--------|------------|--|-------|-------|
| Año: 2013 | | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | | |
| Cargo | Sueldo | BENEFICIOS | | Total | Total |

| | Básico | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | |
|----------------------------|--------|-------|-------|------------|------------------|-----------------------------|--------|---------|
| Cortadora | 400,00 | 33,33 | 26,50 | 16,67 | - | 48,60 | 125,10 | 525,10 |
| Total Sueldo Básico | 400,00 | | | | | Total Sueldo Mensual | | 525,10 |
| | | | | | | Total Sueldo Anual | | 6301,20 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 63: Salario cortadora

El sueldo de la cortadora será de 400 dólares americanos líquidos a eso se le añade todos los beneficios de ley que son el décimo tercero, el cual se calcula el sueldo por el 8.33% o se divide el sueldo para 12, otro beneficio es el décimo cuarto el cual se lo encuentra dividiendo el básico para 12, las vacaciones es el sueldo dividido para 24, los fondos de reserva tienen el mismo calculo que el décimo tercer sueldo pero este se cancela una vez el empleado tenga un año de trabajo, el aporte patronal es el 12.15% del sueldo, al sumar el sueldo mas todos los beneficios esta persona ganara aproximadamente 525.10 dólares al mes.

Costurera

- Estudiantes de corte y confección
- Manejar máquinas overlocks, recta, recubridora, elasticadora.
- No es necesario experiencia.
- Tener buenas relaciones interpersonales.

| Salario Costureras | | | | | | | |
|---------------------|---------------|------------|------|------------|------------------|------------------|-----------------------------|
| Año: 2013 | | | | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | | | | |
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | | |

| | | | | | | | | |
|----------------------------|---------|-------|-------|-------|---|-----------------------------|--------|----------|
| Costurera 1 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 2 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 3 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 4 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Total Sueldo Básico | 1500,00 | | | | | Total Sueldo Mensual | | 1984,88 |
| | | | | | | Total Sueldo Anual | | 23818,52 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 64: Salario costurera

El sueldo de cada una de las cuatro costureras necesarias para el proceso de producción será de 375 dólares americanos líquidos a eso se le añade todos los beneficios de ley que son el décimo tercero, el cual se calcula el sueldo por el 8.33% o se divide el sueldo para 12, otro beneficio es el décimo cuarto el cual se lo encuentra dividiendo el básico para 12, las vacaciones es el sueldo dividido para 24, los fondos de reserva tienen el mismo calculo que el décimo tercer sueldo pero este se cancela una vez el empleado tenga un año de trabajo, el aporte patronal es el 12.15% del sueldo, al sumar el sueldo mas todos los beneficios esta persona percibe de ingresos 496.22 dólares al mes por cada una de las costureras.

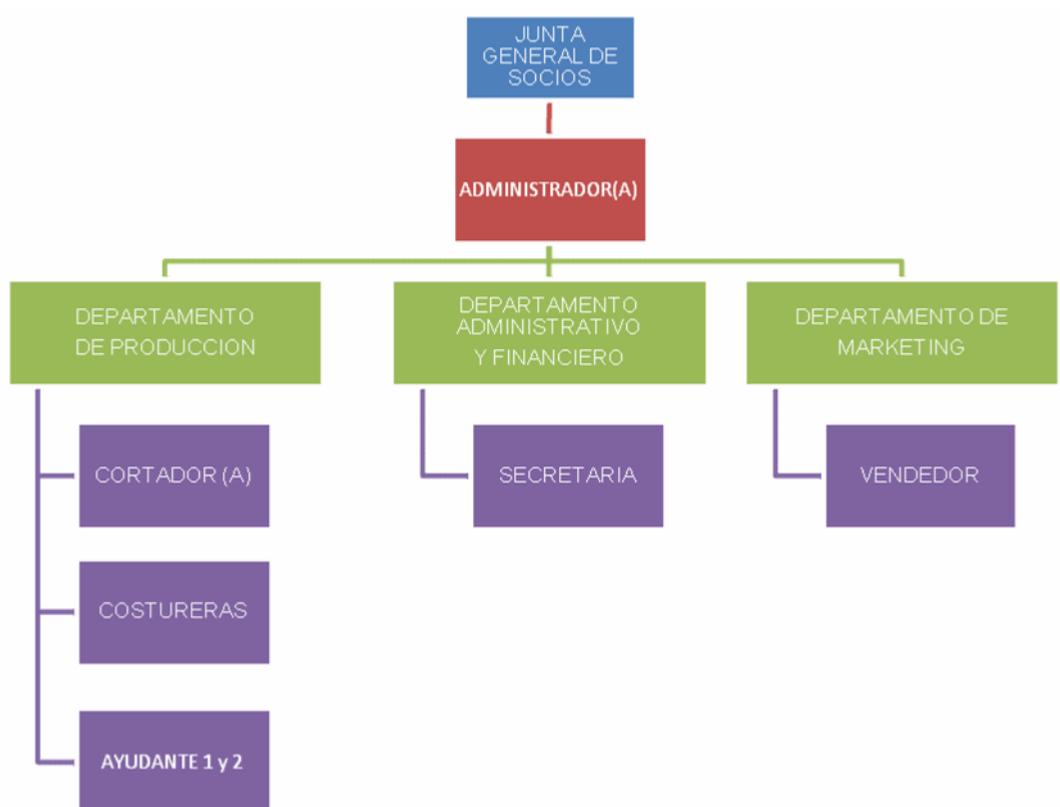
Organigrama estructural



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Grafico 50: Organigrama estructural

Organigrama funcional



Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Grafico 51: Organigrama funcional

En el cuadro se realiza un listado del personal que necesitará la nueva empresa y los costos que se incurrirá por motivo de sueldos y salarios con todos los beneficios que deben pagarse según el Código de Trabajo Ecuatoriano vigente en los actuales momentos. Cabe recalcar que esta lista muestra el requerimiento mínimo de personal para que la empresa empiece con sus actividades productivas.

| Salarios Mano de Obra Directa | | | | | | | | |
|-------------------------------|----------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------------------|
| Año: 2013 | | | | | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | | | | | |
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | |
| Cortadora | 400,00 | 33,33 | 26,50 | 16,67 | - | 48,60 | 125,10 | 525,10 |
| Costurera 1 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 2 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 3 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 4 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Total | 1900,00 | | | | | Total | | 2509,98 |

| | | | | | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|--|---------------------------|--|----------|
| Sueldo Básico | | | | | | Sueldo Mensual | | |
| | | | | | | Total Sueldo Anual | | 30119,72 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 65: Salario Mano de obra directa

| Salarios | | | | | | | | |
|----------------------------|----------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Año: 2013 | | | | | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | | | | | |
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | |
| Asistente 1 | 320,00 | 26,67 | 28,78 | 13,33 | - | 38,88 | 107,66 | 427,66 |
| Asistente 2 | 320,00 | 26,67 | 28,78 | 13,33 | - | 38,88 | 107,66 | 427,66 |
| Total Sueldo Básico | 640,00 | | | | | Total Sueldo Mensual | | 855,32 |
| | | | | | | Total Sueldo Anual | | 10263,88 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 66: Salario mano de obra indirecta

3.5. Ingeniería del producto

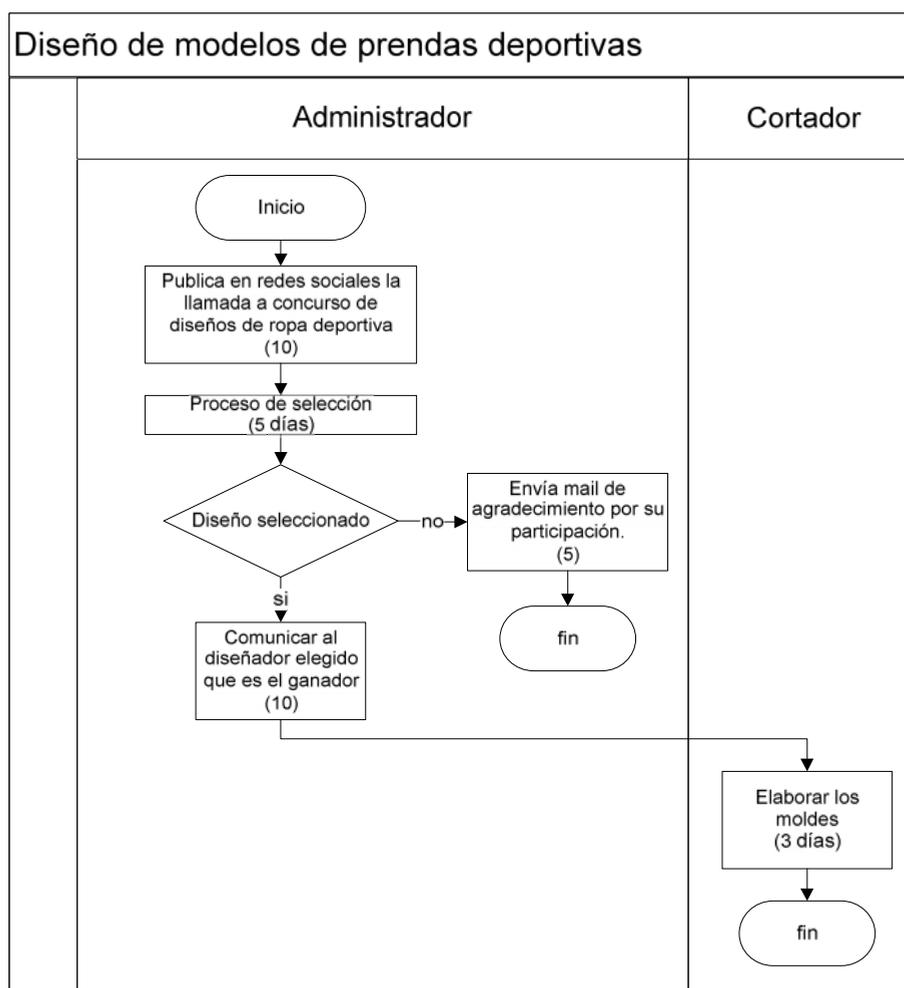
Procesos de producción

Se entiende como proceso aquel conjunto de actividades que transforman las entradas o “inputs” básicos de la empresa en el servicio que la misma entrega a sus clientes. Las entradas en el proceso de la confección de los calentadores son la materia prima que luego de procesarlos se transforman en productos finales.



Para su debida ilustración se preparó una cadena de valor en la que se puede observar el proceso productivo que empieza con el diseño de prendas, bodegaje de las materias primas e insumos, los cuales serán transformados en productos terminados para ser distribuidos a los clientes. Además se puede observar que el proceso gobernante es el administrativo financiero, ya que debido a la naturaleza de la naciente empresa, esta será el área donde se tomarán las decisiones que afectarán a todo el giro del negocio. De igual forma se puede observar que el proceso de distribución y comercialización es un desarrollo de apoyo para la producción, ya que ayuda a que el producto llegue a los consumidores finales.

Diagramas de flujos



Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Grafico 54: Diagrama de flujo del diseño de modelos de prendas deportivas

(#)Tiempo en minutos

Tiempo total del proceso: ocho días y veinte minutos

Descripción del proceso

Diseño

Gerente

1. Publica en redes sociales la llamada a concurso de diseños de ropa deportiva.

Gerente y accionistas

2. Selecciona los diseños a usarse en la colección y se comunica a sus diseñadores que se han hecho acreedores al premio mencionado en la llamada a concurso, a los diseñadores no seleccionados se les enviará un mensaje de agradecimiento por su participación.

Cortador

3. Se elaboran los moldes en función de los diseños seleccionados.

Descripción del proceso

Confección de prendas de vestir deportivas

Cortador

1. Definir materiales a usarse.
2. Cuando la prenda a confeccionar tiene imagen sublimada, se informa al ayudante 2, en caso de que la prenda no tenga imagen sublimada se.

Ayudante 2

- a. valida si el diseño ya fue realizado, en caso de no existir el diseño en la base elabora el diseño y prepara los materiales para la sublimación.

Ayudante 1

3. Realiza la compra de insumos.
4. Descarga materiales.

Cortador

5. Tiende la tela en el tablón de cortar
6. Trazar figura de moldes en tela.
7. Cortar tela según el trazo y tener listos para usar los artículos accesorios.
8. En caso de que las piezas de corte tengan imagen sublimada, se entrega piezas de corte a ayudante 2, caso contrario se entrega piezas cortadas a costureras de overlocks.

Ayudante 2

- a. Sublima las piezas cortadas.

Costurera de overlock 1

9. Arma cuerpo

Costurera de overlock 1

10. Arma bolsillos

Costurera de overlock 1

11. Arma bolsillos

Costurera de recta

12. Da acabados en la prenda

Costurera de recubridora y elasticadora

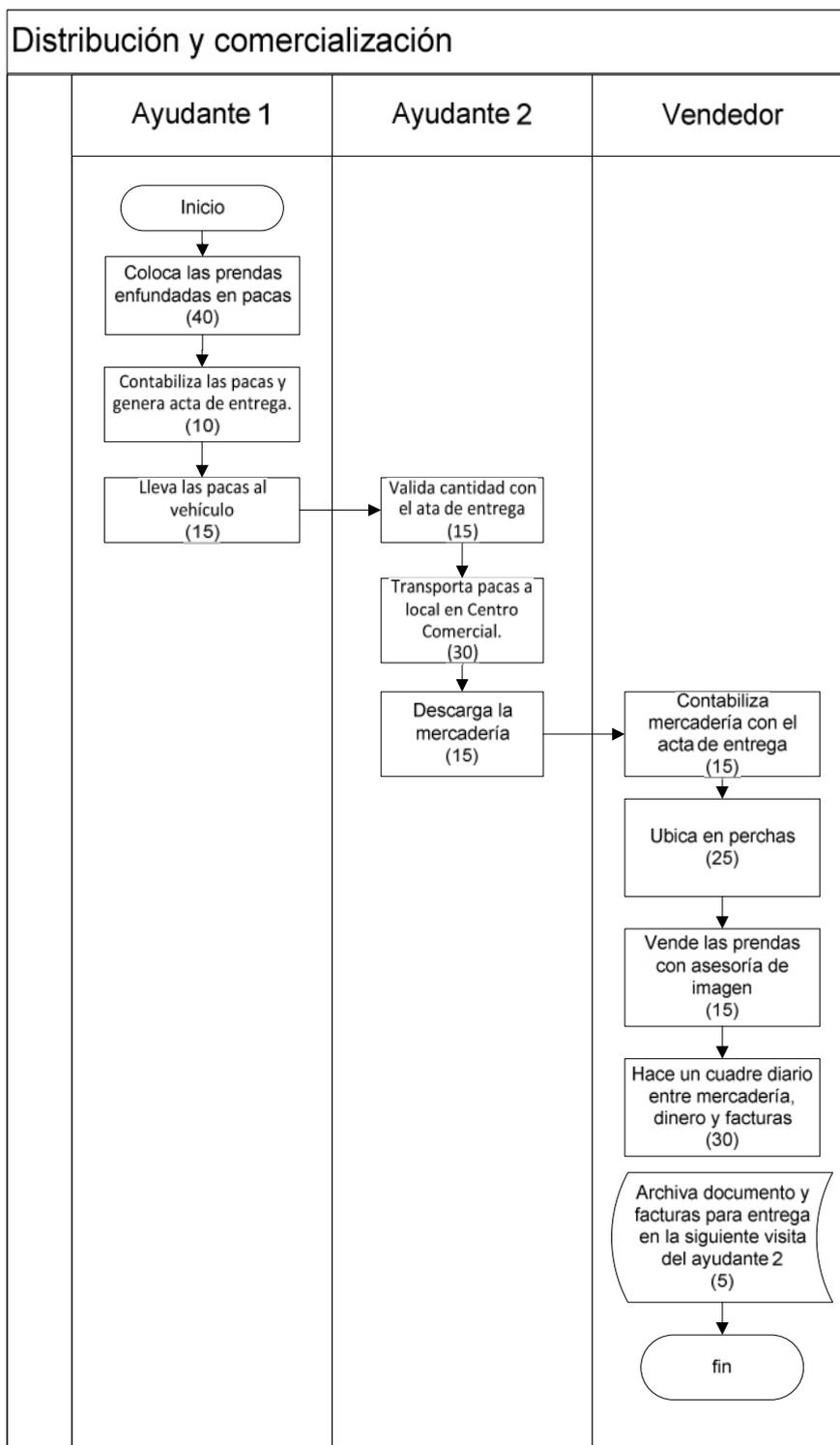
13. Da acabados en la prenda

Ayudante 1

14. Corta hilos

15. Valida si la prenda tiene alguna falla, es caso de estar libre de fallas pasa a la siguiente etapa, en caso de tener fallas vuelve a la tarea de coser la prenda.

16. Dobla las prendas y coloca las prendas en funda.



Elaborado por: Evelyn Enriquez, Linda Castillo

Grafico 56: Diagrama de flujo de comercialización y distribución de prendas de vestir deportivas

(#)Tiempo en minutos

Tiempo total del proceso: 3 horas treinta y cinco minutos

Descripción del proceso

Comercialización

Ayudante 1

1. Coloca las prendas enfundadas en pacas
2. Contabiliza las pacas y plasma la cantidad en un acta de entrega.
3. Lleva las pacas al vehículo.

Ayudante 2

4. Valida cantidad con el acta de entrega
5. Transporta pacas a local en centro comercial.
6. Descarga la mercadería

Vendedor

7. Contabiliza mercadería con el acta de entrega
8. Ubica en las perchas y bodega
9. Vende las prendas.
10. Hace un cuadro diario entre mercadería dinero y facturas
11. Archiva el cuadro y facturas para entregarlas al ayudante 2 en la siguiente visita.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

“Constituye la sistematización, contable, financiera y económica de los estudios realizados anteriormente, además permiten verificar los resultados de las actividades a emprender, la forma y la estructura del proyecto planteados en el escenario económico.” (Alvarez, 2004)

4.1. Objetivo

Definir la inversión y el financiamiento adecuado para el presente proyecto, a través del análisis económico, financiero, contable.

4.2. Inversiones totales

Para poner en marcha el presente proyecto es necesario tener las siguientes inversiones:

| EMPRESA SEGUNDA PIEL PRESUPUESTO DE INVERSIONES | | |
|---|-------------|-------------|
| EN DOLARES | | |
| DESCRIPCIÓN | SUB TOTAL | TOTAL |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | | |
| PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | | |
| ADECUACIONES Y ARREGLOS DE PLANTA | | \$ 1.400,00 |
| Divisiones de espacio | \$ 1.000,00 | |
| Instalaciones eléctricas | \$ 400,00 | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | | \$ 8.780,00 |
| Plancha para sublimación | \$ 300,00 | |
| Cortadora industrial de tela | \$ 2.200,00 | |
| Overlock | \$ 1.880,00 | |
| Recta Industrial | \$ 1.200,00 | |
| Recubridora | \$ 1.000,00 | |
| Elasticadora | \$ 2.200,00 | |
| EQUIPO DE SEGURIDAD | | \$ 340,00 |
| Extintor CO3 | \$ 240,00 | |
| Señalética de emergencia | \$ 100,00 | |
| Gastos uniformes | | |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN , MUEBLES Y ENSERES | | \$ 1.940,00 |
| Computadoras | \$ 400,00 | |
| Estanterías | \$ 510,00 | |
| Tablón de cortar | \$ 160,00 | |
| Escritorio | \$ 160,00 | |
| Sillas de trabajo | \$ 210,00 | |

| | | |
|--|---------------|----------------------|
| Impresora multifunción | \$ 300,00 | |
| Teléfono | \$ 200,00 | |
| TOTAL INVERSIONES PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | | \$ 12.460,00 |
| ACTIVOS CORRIENTES | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | | |
| COSTO PRIMO | | \$ 182.529,32 |
| Materia Prima Directa | \$ 152.409,60 | |
| Mano de obra directa | \$ 30.119,72 | |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION | | \$ 44.625,18 |
| Materiales indirectos de fabricación | \$ 26.417,66 | |
| Mano de obra indirecta | \$ 10.263,88 | |
| Depreciación propiedad planta y equipo | \$ 1.763,55 | |
| Servicios básicos | \$ 1.384,08 | |
| Seguro de mantenimiento maquinaria y planta | \$ 1.756,00 | |
| Equipo de seguridad industrial | \$ 340,00 | |
| Suministros de aseo | \$ 215,00 | |
| Arriendo planta | \$ 2.400,00 | |
| Insumos de producción | \$ 85,00 | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | \$ 20.209,68 |
| Sueldo gerente | 12311,78 | |
| Sueldo secretaria | 6328,58 | |
| Teléfono internet | 648,00 | |
| Suministros de oficina | 480,00 | |
| Depreciaciones equipo de computación | 133,32 | |
| Depreciación muebles y enseres | 208 | |
| Depreciación equipos de oficina | 100,00 | |
| Gastos diferidos | \$ 1.800,00 | |
| GASTOS DE VENTAS | | \$ 15.620,68 |
| Sueldo vendedor | 5580,68 | |
| Transporte para ventas | 1440,00 | |
| Publicidad | 2000,00 | |
| Arriendo local | 6600,00 | |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL | | \$ 262.984,85 |
| TOTAL INVERSIONES | | \$ 275.444,85 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 67: Inversiones totales

4.2.1. Capital de trabajo

El capital de trabajo es lo necesario para operar en la empresa “Segunda Piel” un total de \$43230.39 USD.

| Resumen Capital de Trabajo (Año 2013, en dólares) | Valor |
|--|----------------------|
| Detalle | |
| Materia Prima Directa | \$ 152.409,60 |
| Mano de Obra Directa | \$ 30.119,72 |
| Costos Indirectos de fabricación | \$ 44.625,18 |
| Gastos de Administración | \$ 20.209,68 |
| Gastos de Ventas | \$ 15.620,68 |
| Total | \$ 262.984.85 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 68: Resumen capital de trabajo

4.3 Inversión inicial del proyecto

La inversión inicial del proyecto de la empresa “Segunda Piel” se lo determina en base a los activos fijos necesarios y el capital de trabajo determinado anteriormente.

| Inversión Inicial del Proyecto | Valor |
|---------------------------------------|---------------------|
| Detalle | |
| Inversión en Activos Fijos | \$ 12.460,00 |
| Inversión Capital de Trabajo | \$ 43.230,39 |
| Total | \$ 55.690,39 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 69: Inversión inicial del proyecto

4.4. Estimación de costos y gastos del proyecto

Para determinar el costo unitario de un conjunto deportivo se levantó el proceso de confección en el taller de costura Ecuatiqueta S.A. ubicado en las calle Cuenca N8-35 y Manabí en el Centro histórico de la ciudad de Quito.

Mano de Obra Directa

| Salarios Mano de Obra Directa | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------------------|------------------|-----------------------------|
| Año: 2013 | | | | | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | | | | | |
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | |
| Cortadora | 400,00 | 33,33 | 26,50 | 16,67 | - | 48,60 | 125,10 | 525,10 |
| Costurera 1 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 2 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 3 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Costurera 4 | 375,00 | 31,25 | 28,78 | 15,63 | - | 45,56 | 121,22 | 496,22 |
| Total Sueldo Básico | 1900,00 | | | | | Total Sueldo Mensual | | 2509,98 |
| | | | | | | Total Sueldo Anual | | 30119,72 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 70: Salario mano de obra directa

Se puede observar que el total de mano de obra directa al año 2013 es de 30119.72 dólares, correspondiente al salario de 5 trabajadores.

Coefficientes Técnicos: Costo Unitario de materia prima para un terno de calentador talla única

| MATERIA PRIMA | | | | | | |
|----------------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------------|------------------------|
| Material | Unidad | Producto | Pérdidas | Total MP. | Costo unitario | Costo de materia prima |
| Tela Vioto | mt | 2 | 0,1 | 2,1 | 6 | 12,6 |
| COSTO MP POR UNIDAD EN \$ | | | | | | 12,6 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 71: Coeficiente Técnico: materia prima costo unitario

| PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS | | | | | | |
|--------------------------------------|--------|----------|----------|-------------|----------------|--------------------------------|
| Material | Unidad | Producto | Pérdidas | Total MP. | Costo unitario | Costo de materiales indirectos |
| telas para vivo | mt | 0,25 | 0,08 | 0,33 | 5 | \$ 1,65 |
| Cierre | unid | 1 | - | 1 | 0,45 | \$ 0,45 |
| Hilos | unid | 0,02 | 0,01 | 0,03 | 2,8 | \$ 0,08 |
| Funda Polifan | unidad | 1 | | 1 | 0,12 | \$ 0,12 |
| etiqueta | unidad | 1 | | 1 | 0,02 | \$ 0,02 |
| sublimación | unidad | 1 | | 1 | 0,25 | \$ 0,25 |
| MPI Por cada unidad | | | | 4,36 | | \$ 2,18 |
| COSTO MPI POR UNIDAD EN \$ | | | | | | \$ 2,18 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 72: Coeficiente Técnico: materia prima costo unitario

Se toman los materiales que intervienen en el proceso de la elaboración del conjunto deportivo, se necesitan 2 metros de tela vioto, el 0,25 de telas para vivo, 1 cierre y 0,02 hilos. La pérdida que se da por cada materia prima es de: la tela vioto por cada 2 metros se pierde el 0.10 que equivale al 0.05% , de la tela para vivo del 0,25 se va el 0.08 lo cual es el 32%, el cierre se lo utilizará completamente por lo que no existirá pérdida, en cuanto al hilo al momento de coser y pasar las prendas de una maquina a otra existirán hilos que deban ser cortados de los 0.02 hilos que se utilizan en la elaboración del conjunto deportivo el 50% se pierde en este proceso. Para poder obtener el total de la materia prima es necesario tomar en cuenta la pérdida y sumar con el total del producto que se utiliza, el costo unitario de la tela vioto es de 6,00 dólares, de la tela para vivo 5,00 dólares cada metro, un cierre cuesta 0.45 centavos de dólar por unidad, los rollos de hilo cuestan 2.80 dólares.

Proveedores de materia prima

| Nombre de la empresa | Producto | Dirección | Teléfono |
|--|--|---|----------|
| TEXTIL ECUADOR S.A. | Telas industriales, Telas para la confección y Telas para el hogar | Av. Gaspar de Villaroel E10-26 y Paris | 2878-002 |
| HILANDERIAS UNIDAS INDUSTRIAL TEXTILANA S.A. | Hilos varios, Casimir, Londontex, Paño Acrílico, Paño Uruguayo, Sarga, Super Tetaron, Tetoron, Tropical Náutico, Gales, Gabardina Italiana, Corridale, Cobija Francesa, Damasco. | Av. 6 de diciembre N41-245 y Thomás de Berlanga | 2268-686 |
| HILTEXPOY S.A. | Hilos texturizados de nylon y poliéster, Hilos tinturados de nylon y poliéster, Hilados peinados de algodón y mezclas, Hilados de acrílico y mezclas. | Panamericana Norte Km. 12 camino a Marianitas el Arenal s/n | 2823-997 |
| SINTOFIL C.A. | Línea Casual: tela para camisas, blusas, Línea Casual: tela para pantalones, camisas, blusas, Línea Formal: tela para uniformes corporativos, Oxford, Línea Deportiva: tela para calentadores, chompas, pantalonetas | Punto de Venta: Av. Panamericana Norte, km 10 1/2, frente a Banco del Pichicha de Carapungo | 2420-762 |
| ALMACEN LA FIESTA | Broches, botones, estampes | Calle Imbabura 1199 y Chile | 2956-198 |
| DPORT- PUNTO | Telas de punto (Jersery, Ribb, Interlock) | Calle Imbabura N4-41 y Chile | 2288-285 |
| ALMACENES JOSE PUEBLA | Encanjes, hilos nylon y agujas | Calle Imbabura 1294 y Chile | 2685-330 |
| DISTRIBUIDORA CONSON | Hilos, poliéster y fibras | Flores N4-41 y Espejo | 2583-686 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 73: Proveedores de materia prima para la ropa deportiva

Costos Indirectos de Fabricación

| SERVICIOS BASICOS | | | | | |
|-------------------|----------|----------|-----------------|---------------|----------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | MENSUAL | ANUAL |
| Luz | 4000 | KW | 0.12 | 110 | 1320 |
| Agua | 6 | m3 | 0.89 | 5.34 | 64.08 |
| TOTAL | | | | 115.34 | 1384.08 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 74: Costos indirectos de fabricación servicios básicos

Por cada 4000 kw de luz eléctrica pagaremos \$110USD dólares mensuales, y por cada 6 metros cúbicos de agua se cancelaran \$5.34USD dólares.

| ARRIENDOS | | | | | |
|-----------------|----------|------------------------|-----------------|---------|-------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | MENSUAL | ANUAL |
| Alquiler planta | 1 | Canon de arrendamiento | 200 | 200.0 | 2400 |
| Alquiler local | 1 | Canon de arrendamiento | 550 | 550.0 | 6600 |
| TOTAL | | | | 750.0 | 9000 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 75: Costo por arriendos del local y de la planta

El arriendo correspondiente a la planta de producción asciende a un valor de \$200USD mensuales mientras que el local en el centro comercial Iñaquito es de \$550USD.

Suministros de aseo

| SUMINISTROS DE ASEO | | | | | |
|---------------------|----------|----------|-----------------|---------|------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | MENSUAL | ANUAL |
| Escoba | 4 | Unidades | 4 | 2.7 | 32 |
| Desinfectante | 1 | Litro | 4 | 4.0 | 48 |
| Fundas de basura | 100 | Unidades | 1 | 8.0 | 96 |
| Pala | 1 | Unidades | 6 | | 6.0 |
| BASURERO | 3 | Unidades | 11 | | 33.0 |
| TOTAL | | | | 14.7 | 215 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 76: Suministros de aseo

Los suministros de aseo con los que se contara son una escoba, desinfectante, fundas de basura, pala, basurero para tener la empresa limpia, en estos insumos se gastará \$215USD.

Reparación y mantenimiento

| SEGURO INCLUYE MANTENIMIENTO | | |
|------------------------------|-----|-------------|
| Año | % | Costo anual |
| 1ero | 20% | 1785 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 77: Costo de reparación y mantenimiento

Se deberá pagar \$1785, por el mantenimiento y reparación de las maquinas cada año.

4.4.1. Depreciaciones

El método de depreciación que se aplicara al proyecto es la depreciación lineal, de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno y tomando el valor razonable de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Se aplicara la siguiente fórmula:

$$D = \frac{C - VR}{\% \text{ Depreciación}}$$

Dónde:

D= Depreciación; C= Costo de activo; VR= Valor residual

% de Depreciación depende del activo fijo.

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | Depreciones producción | | | | DEPRECIACION ANUAL | | | | |
|------------------------------|----------|------------------------|-------------|----------------|---------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|
| | | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | VALOR RESIDUAL | %DEPRECIACION | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Divisiones de espacio | 1 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 | \$ 200,00 | 20% | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 |
| Instalaciones eléctricas | 1 | \$ 400,00 | \$ 400,00 | \$ 80,00 | 20% | 64,00 | 64,00 | 64,00 | 64,00 | 64,00 |
| Plancha para sublimación | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 60,00 | 20% | 48,00 | 48,00 | 48,00 | 48,00 | 48,00 |
| Cortadora industrial de tela | 1 | \$ 2.200,00 | \$ 2.200,00 | \$ 440,00 | 20% | 352,00 | 352,00 | 352,00 | 352,00 | 352,00 |
| Overlock | 2 | \$ 940,00 | \$ 1.880,00 | \$ 376,00 | 20% | 300,80 | 300,80 | 300,80 | 300,80 | 300,80 |
| Recta Industrial | 2 | \$ 600,00 | \$ 1.200,00 | \$ 240,00 | 20% | 192,00 | 192,00 | 192,00 | 192,00 | 192,00 |
| Recubridora | 1 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 | \$ 200,00 | 20% | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 |
| Elasticadora | 1 | \$ 2.200,00 | \$ 2.200,00 | \$ 440,00 | 20% | 352,00 | 352,00 | 352,00 | 352,00 | 352,00 |
| Tablón de cortar | 1 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 32,00 | 20% | 25,60 | 25,60 | 25,60 | 25,60 | 25,60 |
| Sillas de trabajo | 7 | 30 | \$ 210,00 | \$ 42,00 | 20% | 33,60 | 33,60 | 33,60 | 33,60 | 33,60 |
| EXTINTOR CO3 | 3 | \$ 80,00 | \$ 240,00 | \$ 79,99 | 33% | 53,33 | 53,33 | 53,33 | | |
| SEÑALÉTICA DE EMERGENCIA | 1 | \$ 100,00 | \$ 100,00 | \$ 33,33 | 33% | 22,22 | 22,22 | 22,22 | | |
| Overlock | 1 | \$ 940,00 | \$ 940,00 | \$ 188,00 | 20% | | | | | 188,00 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 78: Depreciaciones Producción

| DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------|----------------|-------------|----------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | VALOR RESIDUAL | %DEPRECIACION | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Computadoras | 1 | \$ 400,00 | \$ 400,00 | \$ 133,32 | 33% | 88,88 | 88,88 | 88,88 | | |
| Estanterías | 3 | 170 | 510 | \$ 102,00 | 20% | 81,60 | 81,60 | 81,60 | 81,60 | 81,60 |
| Escritorio | 2 | 80 | 160 | \$ 32,00 | 20% | 25,60 | 25,60 | 25,60 | 25,60 | 25,60 |
| Impresora multifunción | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 | \$ 60,00 | 20% | 48,00 | 48,00 | 48,00 | 48,00 | 48,00 |
| TELEFONO | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 | \$ 40,00 | 20% | 32,00 | 32,00 | 32,00 | 32,00 | 32,00 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 79: Depreciaciones

4.4.2. Gastos administrativos y de ventas.

4.4.2.1. Gastos administrativos

Salarios Administrativos

| Sueldo Administrativo | | | | | | | | |
|----------------------------------|---------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Año: 2013 (cifras en dólares) | | | | | | | | |
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | |
| Gerente | 800,00 | 66,67 | 24,33 | 33,33 | - | 97,20 | 221,53 | 1021,53 |
| Secretaria | 400,00 | 33,33 | 24,33 | 16,67 | - | 48,60 | 122,93 | 522,93 |
| Total Sueldo Básico | 1200,00 | | | | | | Total Sueldo Mensual | 1544,47 |
| | | | | | | | Total Sueldo Anual | 18533,60 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 80: Sueldo personal administrativo

Equipos de seguridad industrial.

| EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL | | | | |
|---------------------------------|----------|----------|-----------------|------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | ANUAL |
| Extintor CO3 | 3 | Unidades | \$ 80.00 | \$ 240.00 |
| Señalética de emergencia | 1 | Unidades | \$ 100.00 | \$ 100.00 |
| <i>TOTAL</i> | | | | 340 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 81: Costos de los equipos de seguridad industrial.

Suministros de oficina

| SUMINISTROS DE OFICINA | | | | | |
|------------------------|----------|----------|-----------------|---------|------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | MENSUAL | ANUAL |
| Varios | Unidades | Unidades | 40 | 40.0 | 480 |
| <i>TOTAL</i> | | | | 40.0 | 480 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 82: Suministros de oficina

Teléfono e internet

| TELEFONO E INTERNET | | | | | |
|---------------------|----------|----------|-----------------|---------|------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | MENSUAL | ANUAL |
| Telefono | 1 | Tarifa | 30 | 30 | 360 |
| Internet | 1 | Tarifa | 24 | 24 | 288 |
| <i>TOTAL</i> | | | | 54 | 648 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 83 Costos indirectos de fabricación servicio telefónico e internet

La tarifa que se gastara en teléfono será de \$30USD dólares, ya que no se lo utilizará de manera excesiva, en cuanto al internet se contratará el paquete ilimitado que brinda CNT, por un costo de \$24USD.

4.4.3.1. Gastos de ventas

Arriendo del local

| ARRIENDOS | | | | | |
|----------------|----------|------------------------|-----------------|---------|-------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | MENSUAL | ANUAL |
| Alquiler local | 1 | Canon de arrendamiento | 600 | 550.0 | 6600 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 84: Costo por arriendos del local

Transporte para ventas

| TRANSPORTE PARA VENTAS | | | | | |
|------------------------|----------|----------|-----------------|---------|-------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | MENSUAL | ANUAL |
| Alquiler | 4 | Viajes | 30 | 120.0 | 1440 |
| TOTAL | | | | 120.0 | 1440 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 85: Transporte para ventas

Sueldo vendedor

| Salario Vendedor | | | | | | | | | |
|----------------------------|---------------|------------|-------|------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------------|---------|
| Año: 2013 | | | | | | | | | |
| (cifras en dólares) | | | | | | | | | |
| Cargo | Sueldo Básico | BENEFICIOS | | | | | Total Beneficios | Total sueldo más beneficios | |
| | | 13ro | 14to | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | | | |
| Vendedor | 350,00 | 29,17 | 28,78 | 14,58 | - | 42,53 | 115,06 | 465,06 | |
| Total Sueldo Básico | 350,00 | | | | | | Total Sueldo Mensual | | 465,06 |
| | | | | | | | Total Sueldo Anual | | 5580,68 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 86: sueldo vendedor

4.5 Financiamiento

El proyecto será financiado con capital propio y un préstamo bancario.

| FINANCIAMIENTO | | | |
|---------------------------------|------|------------------|-------------|
| TIPO DE CAPITAL | | CANTIDAD | PORCENTAJE |
| Capital Propio | | 30.000,00 | 54% |
| Accionista 1 | | 15.000,00 | 27% |
| Accionista 2 | | 15.000,00 | 27% |
| Banco | | 25.690,39 | 46% |
| TOTAL DE FINANCIAMIENTOS | 100% | 55.690,39 | 100% |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 87: Estructura del capital.

4.6. Financiamiento del proyecto

El financiamiento del proyecto se realizara mediante el Banco de Fomento:

| FÓRMULA | | | |
|---------|---|---|--------|
| capital | 25.690,39 | | |
| interés | 0,15/12 | = | 0,0125 |
| plazo | 60 | | |
| CUOTA= | $\frac{\text{capital}}{\frac{1-(1+i)^n}{i}}$ | | |
| CUOTA= | $\frac{25.690,39}{\frac{1-(1+0,0125)^{-60}}{0,0125}}$ | | |
| | | | 611,27 |

| RESUMEN AMORTIZACION DEL CRÉDITO | | | | |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| MES | CAPITAL | INTERÉS | CUOTA | SALDO |
| Ene-13 | 290,04 | 321,13 | 611,17 | 25400,34 |
| Feb-13 | 293,67 | 317,50 | 611,17 | 25106,68 |
| Mar-13 | 297,34 | 313,83 | 611,17 | 24809,34 |
| Abr-13 | 301,06 | 310,12 | 611,17 | 24508,28 |
| May-13 | 304,82 | 306,35 | 611,17 | 24203,46 |
| Jun-13 | 308,63 | 302,54 | 611,17 | 23894,83 |
| Jul-13 | 312,49 | 298,69 | 611,17 | 23582,35 |
| Ago-13 | 316,39 | 294,78 | 611,17 | 23265,95 |
| Sep-13 | 320,35 | 290,82 | 611,17 | 22945,60 |
| Oct-13 | 324,35 | 286,82 | 611,17 | 22621,25 |
| Nov-13 | 328,41 | 282,77 | 611,17 | 22292,85 |
| Dic-13 | 332,51 | 278,66 | 611,17 | 21960,33 |
| Año 2013 | 3730,05 | 3604,02 | 7334,07 | 284591,27 |
| Ene-14 | 336,67 | 274,50 | 611,17 | 21623,67 |
| Feb-14 | 340,88 | 270,30 | 611,17 | 21282,79 |
| Mar-14 | 345,14 | 266,03 | 611,17 | 20937,65 |
| Abr-14 | 349,45 | 261,72 | 611,17 | 20588,20 |

| | | | | |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| May-14 | 353,82 | 257,35 | 611,17 | 20234,38 |
| Jun-14 | 358,24 | 252,93 | 611,17 | 19876,14 |
| Jul-14 | 362,72 | 248,45 | 611,17 | 19513,42 |
| Ago-14 | 367,25 | 243,92 | 611,17 | 19146,16 |
| Sep-14 | 371,85 | 239,33 | 611,17 | 18774,31 |
| Oct-14 | 376,49 | 234,68 | 611,17 | 18397,82 |
| Nov-14 | 381,20 | 229,97 | 611,17 | 18016,62 |
| Dic-14 | 385,96 | 225,21 | 611,17 | 17630,66 |
| Año 2014 | 4329,68 | 3004,39 | 7334,07 | 236021,81 |
| Ene-15 | 390,79 | 220,38 | 611,17 | 17239,87 |
| Feb-15 | 395,67 | 215,50 | 611,17 | 16844,19 |
| Mar-15 | 400,62 | 210,55 | 611,17 | 16443,57 |
| Abr-15 | 405,63 | 205,54 | 611,17 | 16037,95 |
| May-15 | 410,70 | 200,47 | 611,17 | 15627,25 |
| Jun-15 | 415,83 | 195,34 | 611,17 | 15211,42 |
| Jul-15 | 421,03 | 190,14 | 611,17 | 14790,39 |
| Ago-15 | 426,29 | 184,88 | 611,17 | 14364,09 |
| Sep-15 | 431,62 | 179,55 | 611,17 | 13932,47 |
| Oct-15 | 437,02 | 174,16 | 611,17 | 13495,45 |
| Nov-15 | 442,48 | 168,69 | 611,17 | 13052,98 |
| Dic-15 | 448,01 | 163,16 | 611,17 | 12604,97 |
| Año 2015 | 5025,69 | 2308,38 | 7334,07 | 179644,59 |
| Ene-16 | 453,61 | 157,56 | 611,17 | 12151,35 |
| Feb-16 | 459,28 | 151,89 | 611,17 | 11692,07 |
| Mar-16 | 465,02 | 146,15 | 611,17 | 11227,05 |
| Abr-16 | 470,83 | 140,34 | 611,17 | 10756,22 |
| May-16 | 476,72 | 134,45 | 611,17 | 10279,50 |
| Jun-16 | 482,68 | 128,49 | 611,17 | 9796,82 |
| Jul-16 | 488,71 | 122,46 | 611,17 | 9308,11 |
| Ago-16 | 494,82 | 116,35 | 611,17 | 8813,29 |
| Sep-16 | 501,01 | 110,17 | 611,17 | 8312,28 |
| Oct-16 | 507,27 | 103,90 | 611,17 | 7805,01 |
| Nov-16 | 513,61 | 97,56 | 611,17 | 7291,40 |
| Dic-16 | 520,03 | 91,14 | 611,17 | 6771,37 |
| Año 2016 | 5833,59 | 1500,48 | 7334,07 | 114204,47 |
| Ene-17 | 526,53 | 84,64 | 611,17 | 6244,84 |
| Feb-17 | 533,11 | 78,06 | 611,17 | 5711,73 |
| Mar-17 | 539,78 | 71,40 | 611,17 | 5171,95 |
| Abr-17 | 546,52 | 64,65 | 611,17 | 4625,43 |
| May-17 | 553,35 | 57,82 | 611,17 | 4072,07 |
| Jun-17 | 560,27 | 50,90 | 611,17 | 3511,80 |
| Jul-17 | 567,27 | 43,90 | 611,17 | 2944,53 |
| Ago-17 | 574,37 | 36,81 | 611,17 | 2370,16 |
| Sep-17 | 581,55 | 29,63 | 611,17 | 1788,62 |
| Oct-17 | 588,81 | 22,36 | 611,17 | 1199,80 |
| Nov-17 | 596,17 | 15,00 | 611,17 | 603,63 |
| Dic-17 | 603,63 | 7,55 | 611,17 | 0,00 |
| Año 2017 | 6771,37 | 562,70 | 7334,07 | 38244,57 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 88: Resumen amortización del préstamo.

Para el préstamo bancario se toma un tiempo de 60 meses los cuales equivalen a 5 años.

Estructura de costos proyectados

| ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| PERIODO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| UNIDADES PRODUCIDAS | UND 12.096 | UND 13.824 | UND 15.552 | UND 17.280 | UND 17.510 |
| <u>MATERIA PRIMA</u> | | | | | |
| INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA | \$ - | \$ 7.620,48 | \$ 9.071,42 | \$ 10.629,89 | \$ 12.302,33 |
| INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA EN TRANSITO | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| TOTAL DE INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA | \$ - | \$ 7.620,48 | \$ 9.071,42 | \$ 10.629,89 | \$ 12.302,33 |
| COMPRAS DE MATERIA PRIMA | | | | | |
| MATERIA PRIMA | \$ 152.409,60 | \$ 181.428,39 | \$ 212.597,78 | \$ 246.046,50 | \$ 290.452,98 |
| TOTAL COMPRA MATERIA PRIMA | \$ 152.409,60 | \$ 181.428,39 | \$ 212.597,78 | \$ 246.046,50 | \$ 290.452,98 |
| (-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA EN TRAN. | \$ 7.620,48 | \$ 9.071,42 | \$ 10.629,89 | \$ 12.302,33 | \$ 14.522,65 |
| (-) TOTAL DE INV. FINAL DE MATERIA PRIMA | \$ (7.620,48) | \$ (9.071,42) | \$ (10.629,89) | \$ (12.302,33) | \$ (14.522,65) |
| MATERIA PRIMA CONSUMIDA | \$ 144.789,12 | \$ 179.977,45 | \$ 211.039,32 | \$ 244.374,07 | \$ 288.232,65 |
| <u>MANO DE OBRA</u> | | | | | |
| SALARIOS | \$ 30.119,72 | \$ 35.079,12 | \$ 38.587,03 | \$ 42.445,73 | \$ 55.911,55 |
| MANO DE OBRA UTILIZADA | \$ 30.119,72 | \$ 35.079,12 | \$ 38.587,03 | \$ 42.445,73 | \$ 55.911,55 |
| <u>COSTOS IND. DE FABRICACIÓN</u> | | | | | |
| MATERIALES INDIRECTOS | \$ 26.417,66 | \$ 31.447,59 | \$ 36.850,28 | \$ 42.648,06 | \$ 50.345,18 |
| Mano de obra indirecta | \$ 10.263,88 | \$ 11.925,19 | \$ 13.117,71 | \$ 14.429,48 | \$ 15.872,43 |
| SERVICIOS BASICOS | \$ 1.384,08 | \$ 1.441,66 | \$ 1.501,63 | \$ 1.564,10 | \$ 1.629,17 |
| EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL | \$ 340,00 | \$ 354,14 | \$ 368,88 | \$ 384,22 | \$ 400,21 |
| Seguro de maquinaria y planta | \$ 1.756,00 | \$ 1.829,05 | \$ 1.905,14 | \$ 1.984,39 | \$ 2.066,94 |
| SUMINISTROS DE ASEO | \$ 215,00 | \$ 223,94 | \$ 233,26 | \$ 242,96 | \$ 253,07 |
| ARRIENDOS | \$ 2.400,00 | \$ 2.499,84 | \$ 2.603,83 | \$ 2.712,15 | \$ 2.824,98 |
| DEPRECIACIONES PRODUCCION | \$ 1.763,55 | \$ 1.763,55 | \$ 1.763,55 | \$ 1.688,00 | \$ 1.876,00 |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | \$ 44.540,18 | \$ 51.484,97 | \$ 58.344,28 | \$ 65.653,37 | \$ 75.267,97 |
| COSTO DE PRODUCCIÓN MP +MO + CIF | \$ 219.449,01 | \$ 266.541,53 | \$ 307.970,63 | \$ 352.473,17 | \$ 419.412,18 |
| <u>COSTOS DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES</u> | | | | | |
| TOTAL DE LOS COSTOS PRODUCCIÓN | \$ 219.449,01 | \$ 266.541,53 | \$ 307.970,63 | \$ 352.473,17 | \$ 419.412,18 |
| UNIDADES PRODUCIDAS | 12.096 | 13.824 | 15.552 | 17.280 | 17.510 |
| COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN | \$ 18,14 | \$ 19,28 | \$ 19,80 | \$ 20,40 | \$ 23,95 |
| <u>COSTOS DE VENTAS</u> | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERM. | | \$ 21.944,90 | \$ 26.654,15 | \$ 30.797,06 | \$ 35.247,32 |
| (+) COMPRA DE MATERIA PRIMA | \$ 219.449,01 | \$ 266.541,53 | \$ 307.970,63 | \$ 352.473,17 | \$ 419.412,18 |
| (-) INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERM. | \$ 21.944,90 | \$ 26.654,15 | \$ 30.797,06 | \$ 35.247,32 | \$ 38.772,05 |
| = COSTO DE VENTAS | \$ 197.504,11 | \$ 239.887,38 | \$ 277.173,57 | \$ 317.225,85 | \$ 380.640,13 |
| <u>COSTOS DE VENTAS EN UNIDADES</u> | | | | | |
| UNIDADES | | | | | |
| UNIDADES PRODUCIDAS | UND 12.096 | UND 13.824 | UND 15.552 | UND 17.280 | UND 17.510 |
| (-) UNIDADES VENDIDAS | UND 10.886 | UND 12.442 | UND 13.997 | UND 15.552 | UND 15.892 |
| UNIDADES EN BODEGA | UND 1.210 | UND 1.382 | UND 1.555 | UND 1.728 | UND 1.619 |
| COSTO UNITARIO | \$ 18,14 | \$ 19,28 | \$ 19,80 | \$ 20,40 | \$ 23,95 |
| INVENTARIO DE MERCADERÍA | \$ 21.944,90 | \$ 26.654,15 | \$ 30.797,06 | \$ 35.247,32 | \$ 38.772,05 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 89: estructura de costos proyectados

4.8. Costo unitario

$$Cu = \frac{CT}{UNIDADES PRODUCIDAS}$$

Dónde:

CT: Costo total

Cu: Costo unitario

| COSTO UNITARIO | | | | | |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Descripción | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 |
| Costo total | 261810,06 | 302587,25 | 345879,94 | 392268,70 | 461724,31 |
| Unidades Producidas | 12.096 | 13.824 | 15.552 | 17.280 | 17.510 |
| COSTO UNITARIO | 21,64 | 21,89 | 22,24 | 22,70 | 26,37 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 90: Costo unitario

4.9. Precio de venta

$$P_v = C_u + hC_u$$

Dónde:

h: margen sobre los costos.

$$P_v = 20.19 + 11,44\%(20.19)$$

$$P_v = 22.50$$

Se considera el 11.44% ya que eso es lo que la empresa quiere ganar a través de la estrategia genérica de definición de costo.4.10. Ingresos

| PRESUPUESTO DE INGRESOS ANUALES SEGUNDA PIEL | | | |
|---|--------------|--------|-----------|
| EN DÓLARES | | | |
| AÑO | PRECIO UNIT. | VENTAS | USD |
| 2013 | 25,00 | 12096 | 302400,00 |
| 2014 | 26,04 | 13824 | 359976,96 |
| 2015 | 27,12 | 15552 | 421821,00 |
| 2016 | 28,25 | 17280 | 488187,51 |
| 2017 | 29,43 | 17510 | 515276,05 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 91: Presupuesto de ingresos anuales

Para proyectar en este que es el cuadro de los ingresos se utiliza la inflación que es del 4%.

4.11. Punto de equilibrio

Para obtener el punto de equilibrio en forma gráfica se aplica la siguiente fórmula:

$$P = CF + CV$$

P: precio

CF: Costos fijos

Cv: Costo variable unitario

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|-----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| DESCRIPCIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| COSTOS FIJOS | 41215,11 | 41265,30 | 43225,50 | 45134,82 | 47513,01 |
| COSTOS VARIABLES | 220594,94 | 261321,94 | 302654,44 | 347133,88 | 414211,30 |
| INGRESOS VENTAS | 302400,00 | 359976,96 | 421821,00 | 488187,51 | 515276,05 |
| UNIDADES | 12096,00 | 13824,00 | 15552,00 | 17280,00 | 17510,40 |
| FUNCION DE INGRESOS | \$ 152.355,49 | \$ 150.570,73 | \$ 153.007,90 | \$ 156.211,90 | \$ 242.243,88 |
| FUNCION DE PRODUCTOS | 6094 | 5782 | 5641 | 5529 | 8232 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 92: Punto de equilibrio

Al final de cada periodo es necesario presentar un informe anual, a estos informes se los conoce como estados financieros.

4.12. Estados financieros proyectados

BALANCE GENERAL PROYECTADO

| CONCEPTO | PRE OPERACIONAL | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | | |
| Efectivo | 43.230,387 | 75.908,094 | 101.006,113 | 146.092,821 | 203.442,558 | 209.151,250 |
| Inventario de Materia Prima | | 7.620,480 | 9.071,419 | 10.629,889 | 12.302,325 | 14.522,649 |
| Inventario Producto Terminado | | 21.944,901 | 26.654,153 | 30.797,063 | 35.247,317 | 38.772,049 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | 43.230,387 | 105.473,476 | 136.731,686 | 187.519,773 | 250.992,200 | 262.445,948 |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | | | | | | |
| Propiedad, Planta y Equipo | 12.460,000 | 12.460,000 | 12.460,000 | 12.460,000 | 12.460,000 | 13.400,000 |
| Depreciación ACUMULADA propiedad planta y equipo | | 2.039,636 | 4.079,272 | 6.118,909 | 7.994,109 | 10.057,309 |
| SUBTOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES | 12.460,000 | 10.420,364 | 8.380,728 | 6.341,091 | 4.465,891 | 3.342,691 |
| TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES | 12.460,000 | 10.420,364 | 8.380,728 | 6.341,091 | 4.465,891 | 3.342,691 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 55.690,387 | 115.893,839 | 145.112,413 | 193.860,864 | 255.458,091 | 265.788,639 |
| PASIVO CORRIENTE | | | | | | |
| Porción corriente deuda de Largo Plazo | 0,000 | | | | | |
| Cuentas y documentos por pagar a proveedores | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Gastos acumulados por pagar (utilidades e impuestos) | 0,000 | 21.545,592 | 18.566,625 | 24.378,839 | 30.939,855 | 16.190,078 |
| TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES | 0,000 | 21.545,592 | 18.566,625 | 24.378,839 | 30.939,855 | 16.190,078 |
| PASIVO NO CORRIENTE | 25.690,387 | 21.960,333 | 17.630,657 | 12.604,965 | 6.771,371 | 0,000 |
| TOTAL DE PASIVOS | 25.690,387 | 43.505,925 | 36.197,282 | 36.983,804 | 37.711,226 | 16.190,078 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| Capital Social pagado | 30.000,000 | 30.000,000 | 30.000,000 | 30.000,000 | 30.000,000 | 30.000,000 |
| Reserva Legal | 0,000 | 4.238,791 | 7.891,513 | 12.687,706 | 18.774,687 | 21.959,856 |
| Futuras capitalizaciones | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Utilidad (pérdida) retenida | 0,000 | 0,000 | 38.149,123 | 71.023,619 | 114.189,354 | 168.972,179 |
| Utilidad (pérdida) neta | 0,000 | 38.149,123 | 32.874,495 | 43.165,736 | 54.782,824 | 28.666,527 |
| TOTAL DE PATRIMONIO | 30.000,000 | 72.387,915 | 108.915,132 | 156.877,061 | 217.746,865 | 249.598,561 |
| TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO | 55.690,387 | 115.893,839 | 145.112,413 | 193.860,864 | 255.458,091 | 265.788,639 |

| | | | | | | |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| COMPROBACION DEL BALANCE | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 93: Estado de costos de producción con financiamiento

4.13. Estado de pérdida y ganancia.

| ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------|---------------|----------|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|-----------|----------|-----------|----------|
| PERIODOS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | | | | | |
| | | MONTO | | MONTO | | MONTO | | MONTO | | MONTO | | | | | |
| Ingresos | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Ingresos de actividades ordinarias</i> | | | | | | | | | | | | | | | |
| Venta de calentadores | | 302400,00 | | 359976,96 | | 421821,00 | | 488187,51 | | 515276,05 | | | | | |
| Costos de venta y producción | | 197504,11 | | 261832,28 | | 303827,72 | | 348022,92 | | 415887,44 | | | | | |
| <i>Costos</i> | | | | | | | | | | | | | | | |
| MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS | | 122844,22 | | 175268,20 | | 206896,41 | | 239923,81 | | 284707,92 | | | | | |
| (+) INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA | | 0,00 | | 7620,48 | | 9071,42 | | 10629,89 | | 12302,33 | | | | | |
| (+) COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIA PRIMA | | 152409,60 | | 181428,39 | | 212597,78 | | 246046,50 | | 290452,98 | | | | | |
| (-) INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA | | 7620,48 | | 9071,42 | | 10629,89 | | 12302,33 | | 14522,65 | | | | | |
| (+) INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERMINADOS | | 0,00 | | 21944,90 | | 26654,15 | | 30797,06 | | 35247,32 | | | | | |
| (-) INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS | | 21944,90 | | 26654,15 | | 30797,06 | | 35247,32 | | 38772,05 | | | | | |
| (+) MANO DE OBRA DIRECTA | | 30119,72 | | 35079,12 | | 38587,03 | | 42445,73 | | 55911,55 | | | | | |
| SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES | | 30119,72 | | 35079,12 | | 38587,03 | | 42445,73 | | 55911,55 | | | | | |
| (+) MANO DE OBRA INDIRECTA | | 10263,88 | | 11925,19 | | 13117,71 | | 14429,48 | | 15872,43 | | | | | |
| SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES | | 10263,88 | | 11925,19 | | 13117,71 | | 14429,48 | | 15872,43 | | | | | |
| (+) COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION | | 34276,30 | | 39559,77 | | 45226,57 | | 51223,89 | | 59395,54 | | | | | |
| Materiales indirectos | | 26417,66 | | 31447,59 | | 36850,28 | | 42648,06 | | 50345,18 | | | | | |
| Servicios Básicos | | 1384,08 | | 1441,66 | | 1501,63 | | 1564,10 | | 1629,17 | | | | | |
| Depreciación propiedad planta y equipo | | 1763,55 | | 1763,55 | | 1763,55 | | 1688,00 | | 1876,00 | | | | | |
| Mantenimiento y reparaciones | | 1756,00 | | 1829,05 | | 1905,14 | | 1984,39 | | 2066,94 | | | | | |
| Equipo de seguridad industrial | | 340,00 | | 354,14 | | 368,88 | | 384,22 | | 400,21 | | | | | |
| Suministros de aseo | | 215,00 | | 223,94 | | 233,26 | | 242,96 | | 253,07 | | | | | |
| Arriendo planta | | 2400,00 | | 2499,84 | | 2603,83 | | 2712,15 | | 2824,98 | | | | | |
| GANANCIA BRUTA | | 104895,89 | | 98144,68 | | 117993,28 | | 140164,59 | | 99388,61 | | | | | |
| GASTOS | | 40962,38 | | 43050,84 | | 45652,51 | | 48354,93 | | 51346,84 | | | | | |
| | <i>Administ rativos</i> | <i>Ventas</i> | | <i>Administ rativos</i> | <i>Ventas</i> | <i>Adminis trativos</i> | <i>Ventas</i> | <i>Administ rativos</i> | <i>Ventas</i> | <i>Administ rativos</i> | <i>Ventas</i> | | | | |
| GASTOS | 21737,68 | 15620,68 | 37358,36 | 23099,57 | 16946,87 | 40046,44 | 25313,30 | 18030,83 | 43344,14 | 27656,67 | 19197,78 | 46854,45 | 30329,17 | 20454,96 | 50784,14 |
| Sueldos | 18533,60 | 5580,68 | 24114,28 | 21648,56 | 6489,21 | 28137,77 | 23813,42 | 7138,13 | 30951,55 | 26194,76 | 7851,94 | 34046,70 | 28814,23 | 8637,14 | 37451,37 |
| Telecomunicaciones | 648,00 | | 648,00 | 674,96 | | 674,96 | 703,04 | | 703,04 | 732,28 | | 732,28 | 762,74 | 762,74 | |
| Depreciación propiedad planta y equipo | 276,08 | | 276,08 | 276,08 | | 276,08 | 276,08 | | 276,08 | 187,20 | | 187,20 | 187,20 | 187,20 | |
| Suministros de oficina | 480,00 | | 480,00 | 499,97 | | 499,97 | 520,77 | | 520,77 | 542,43 | | 542,43 | 565,00 | 565,00 | |
| Gasto diferido | 1800,00 | | 1800,00 | | | 0,00 | | | 0,00 | | | 0,00 | | 0,00 | |
| Transporte para ventas | | 1440,00 | 1440,00 | | 1.499,90 | 1499,90 | | 1562,30 | 1562,30 | | 1627,29 | 1627,29 | | 1694,99 | |
| Publicidad | | 2000,00 | 2000,00 | | 2.083,20 | 2083,20 | | 2169,86 | 2169,86 | | 2260,13 | 2260,13 | | 2354,15 | |
| Alquiler local | | 6600,00 | 6600,00 | | 6874,56 | 6874,56 | | 7160,54 | 7160,54 | | 7458,42 | 7458,42 | | 7768,69 | |
| Gastos financieros | | 3604,02 | | 3004,39 | | 3004,39 | | 2308,38 | | | | 1500,48 | | 562,70 | |
| Otros ingresos | | 0,00 | | 0,00 | | 0,00 | | 0,00 | | | | 0,00 | | 0,00 | |
| Otros egresos | | 0,00 | | 0,00 | | 0,00 | | 0,00 | | | | 0,00 | | 0,00 | |
| UTILID (PERD) ANTES PARTICIPACION | | 63933,51 | | 55093,84 | | 72340,77 | | | | | | 91809,66 | | 48041,77 | |
| 15% Participación trabajadores | | 9590,03 | | 8264,08 | | | | 10851,12 | | | | 13771,45 | | 7206,27 | |
| GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS | | 54343,48 | | 46829,77 | | 61489,65 | | | | | | 78038,21 | | 40835,51 | |
| Impuesto a la renta 22% | | 11955,57 | | 10302,55 | | | | 13527,72 | | | | 17168,41 | | 8983,81 | |
| UTILIDAD PARA DISTRIBUCIÓN | | 42387,91 | | 36527,22 | | 47961,93 | | | | | | 60869,80 | | 31851,70 | |
| Reserva legal | | 4238,79 | | 3652,72 | | 4796,19 | | | | | | 6086,98 | | 3185,17 | |
| UTILIDAD NETA SOCIOS | | 38.149,12 | | 32.874,50 | | 43.165,74 | | | | | | 54.782,82 | | 28.666,53 | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 94: Estado de pérdidas y ganancias

Ayuda a prever si la empresa tendrá ingresos suficientes para cubrir sus deudas y financiar nuevos proyectos.

4.14. Flujo de caja proyectado

El flujo de efectivo indica que los egresos que posee la empresa serán cubiertos de manera global con sus ingresos.

| CONCEPTO | AÑO 0 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | | | | | |
| INGRESOS | | \$ 302.400,00 | \$ 359.976,96 | \$ 421.821,00 | \$ 488.187,51 | \$ 515.276,05 |
| (-) COSTOS | | \$ 197.504,11 | \$ 261.832,28 | \$ 303.827,72 | \$ 348.022,92 | \$ 415.887,44 |
| (-) GASTOS OPERACIONALES | | \$ 37.358,36 | \$ 40.046,44 | \$ 43.344,14 | \$ 46.854,45 | \$ 50.784,14 |
| (-) GASTOS NO OPERACIONALES | | \$ 3.604,02 | \$ 3.004,39 | \$ 2.308,38 | \$ 1.500,48 | \$ 562,70 |
| TOTAL COSTOS Y GASTOS | | \$ 238.466,49 | \$ 304.883,12 | \$ 349.480,23 | \$ 396.377,85 | \$ 467.234,28 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | \$ 63.933,51 | \$ 55.093,84 | \$ 72.340,77 | \$ 91.809,66 | \$ 48.041,77 |
| (-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES | | \$ 9.590,03 | \$ 8.264,08 | \$ 10.851,12 | \$ 13.771,45 | \$ 7.206,27 |
| UTILIDAD GRAVABLE | | \$ 54.343,48 | \$ 46.829,77 | \$ 61.489,65 | \$ 78.038,21 | \$ 40.835,51 |
| % IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION | | 22% | 22% | 22% | 22% | 22% |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA | | \$ 11.955,57 | \$ 10.302,55 | \$ 13.527,72 | \$ 17.168,41 | \$ 8.983,81 |
| = UTILIDAD NETA | | \$ 42.387,91 | \$ 36.527,22 | \$ 47.961,93 | \$ 60.869,80 | \$ 31.851,70 |
| (+) DEPRECIACIÓN | | \$ 2.039,64 | \$ 2.039,64 | \$ 2.039,64 | \$ 1.875,20 | \$ 2.063,20 |
| (-) INVERSION INICIAL | \$ 55.690,39 | | | | | |
| (+) RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 55.690,39 |
| (+) PRÉSTAMO | \$ 25.690,39 | | | | | |
| (-) PAGO CAPITAL DE PRESTAMO | | \$ 3.730,05 | \$ 4.329,68 | \$ 5.025,69 | \$ 5.833,59 | \$ 6.771,37 |
| (+) VALOR DE SALVAMENTO | | | | | | \$ - |
| FLUJO NETO | -\$ 30.000,00 | \$ 40.697,50 | \$ 34.237,18 | \$ 44.975,87 | \$ 56.911,41 | \$ 82.833,91 |
| (+) GASTOS NO PAGADOS | | \$ 21.545,59 | \$ 18.566,62 | \$ 24.378,84 | \$ 30.939,86 | \$ 16.190,08 |
| (-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA | | 9.590,03 | 8.264,08 | 10.851,12 | 13.771,45 | 7.206,27 |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA | | 11.955,57 | 10.302,55 | 13.527,72 | 17.168,41 | 8.983,81 |
| (=) FLUJO DE CAJA TOTAL DEL INVERSIONISTA | | \$ 62.243,09 | \$ 52.803,80 | \$ 69.354,71 | \$ 87.851,27 | \$ 99.023,99 |
| (+) Saldo Inicial | | 43.230,39 | 105.473,48 | 136.731,69 | 187.519,77 | 250.992,20 |
| (-) Gastos pagados años anteriores | | | 21.545,59 | 18.566,62 | 24.378,84 | 30.939,86 |
| (-) Recuperación del Capital de Trabajo | | | | | | 43.230,39 |
| (=) TOTAL EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES | | \$ 105.473,48 | \$ 136.731,69 | \$ 187.519,77 | \$ 250.992,20 | \$ 275.845,95 |
| | | \$ 75.908,09 | \$ 101.006,11 | \$ 146.092,82 | \$ 203.442,56 | \$ 222.551,25 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 95: Flujo de caja proyectado con financiamiento

CAPÍTULO V: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Objetivo

En este capítulo se analizará si el proyecto se acepta o se rechaza de acuerdo a la rentabilidad que esté presente.

5.2. Criterio a evaluar.

Para realizar la evaluación del proyecto se utilizará el flujo de caja neto y se aplicarán los siguientes criterios:

Análisis de costo ponderado del capital que financia el proyecto (TMAR)

- Valor actual neto (VAN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- El periodo real de recuperación de la inversión (PRI)
- Relación beneficio / costo

5.2.1. Costo Promedio Ponderado de Capital (TMAR)

En los proyectos de largo plazo se necesita determinar una tasa de descuento con la cual se aplicará la fórmula de valor actual a los flujos de caja proyectados para compararlos con la inversión inicial.

| TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO CON FINANCIAMIENTO (TMAR) | | | |
|---|---|-------|-------------|
| INVERSIONISTA= INVERSIONISTA= INVERSIONISTA= | TASA DE INFLACIÓN +RIESGO PAIS+ PREMIO DE RIESGO 5% +8.17%+15% 28,17% | | |
| Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento | | | |
| FINANCIAMIENTO : | % APORTACION | TMAR | PONDERACION |
| APORTE DE ACCIONISTAS/EMPRESARIOS | 54% | 28,2% | 15% |
| CREDITO | 46% | 15,0% | 7% |
| TMAR GLOBAL | | | 22% |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 96: Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Se ha considerado una tasa para el inversionista del 28.08 considerando 5.41% de inflación, el 8.08% De riesgo país y el 15% De costo de oportunidad.

5.2.2. Valor Actual

Se toman los valores del flujo de caja neto del inversionista y se aplica la TMAR.

| VALOR ACTUAL NETO | | | | | | |
|-------------------|-----------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| VA | -55.690,4 | $\frac{62243,1}{(1+0,20)^1}$ | $\frac{52803,8}{(1+0,20)^2}$ | $\frac{69354,7}{(1+0,20)^3}$ | $\frac{87851,3}{(1+0,20)^4}$ | $\frac{99024,0}{(1+0,20)^5}$ |
| N= | 55.690,4 | $\frac{62243,1}{1,220945817}$ | $\frac{52803,8}{1,490708688}$ | $\frac{69354,7}{1,820074537}$ | $\frac{87851,3}{2,222212392}$ | $\frac{99024,0}{2,713200925}$ |
| VA | 55.690,4 | 50.979,4 | 35.421,9 | 38.105,4 | 39.533,2 | 36.497,1 |
| N= | 55.690,4 | 200.537,1 | | | | |
| VA | 256.227,5 | | | | | |
| N= | | | | | | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 97: Valor actual neto

Al ser el VAN de 256.227,50 se puede decir que este valor al ser positivo indica que existe rentabilidad y que se recuperara el capital invertido más algunos beneficios extras como utilidad.

5.2.3. Tasa interna de retorno

Esta tasa debe ser mayor a la TMAR y para su cálculo se utiliza el método de extrapolación el cual consiste en hallar tasas de descuento que den como resultado a un VAN negativo y otro positivo, utilizando el flujo de caja neto del inversionista.

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) * \frac{VAi}{VAi - VDs}$$

Dónde:

TIR: Tasa interna de rendimiento

TDi: Tasa de descuento menor

TDs: Tasa de descuento mayor

VAi: Valor actual menor

VAs: Valor actual mayor

| TASA INTERNA DE RETORNO | | | | | |
|-------------------------|----------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|
| AÑOS | FNC | FACTOR DE ACT. 25% | VAN MENOR | FACTOR DE ACT. 48% | VAN MAYOR |
| 0 | -55690,4 | | -55690,4 | | -55690,4 |
| 2013 | 62243,1 | 0,800000 | 49794,5 | 0,675676 | 42056,1 |
| 2014 | 52803,8 | 0,640000 | 33794,4 | 0,456538 | 24106,9 |
| 2015 | 69354,7 | 0,512000 | 35509,6 | 0,308471 | 21393,9 |
| 2016 | 87851,3 | 0,409600 | 35983,9 | 0,208427 | 18310,5 |
| 2017 | 99024,0 | 0,327680 | 32448,2 | 0,140829 | 13945,4 |
| | | | 131840,2 | | 64122,6 |

| | | | |
|-------------|----------|---|---|
| TIR= | 48% | + | $\frac{(0,30-0,72)*2639,9}{64122,6 - 131840,2}$ |
| TIR= | 48% | + | $\frac{-14748,2}{-67717,6}$ |
| TIR= | 48% | + | 21,77897% |
| TIR= | 69,7790% | | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 98: Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es del 69.77% anual, esta es mayor que la TMAR como conclusión se acepta el proyecto.

5.2.4. Relación costo / beneficio

Para poder encontrar la relación del costo / beneficio, se sumaran los flujos descontados desde el 2013 hasta el 2017 los cuales fueron calculados con el VAN y se dividirá para la inversión.

| RELACION BENEFICIO COSTO | | | | | | |
|---------------------------|-------------|-------------------------|-------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------|
| ACTUALIZACION COSTO TOTAL | | | | ACTUALIZACION DE INGRESOS | | |
| AÑOS | COSTO TOTAL | FACTOR DE ACT. 22,0% | COSTO ACTUALIZADO | INGRESO TOTAL | FACTOR DE ACT. 22,0% | INGRESO ACTUALIZADO |
| 2013 | 261810 | 0,819672 | 214598 | 302400 | 0,819672 | 247869 |
| 2014 | 302587 | 0,671862 | 203297 | 359977 | 0,671862 | 241855 |
| 2015 | 345880 | 0,550707 | 190478 | 421821 | 0,550707 | 232300 |
| 2016 | 392269 | 0,451399 | 177070 | 488188 | 0,451399 | 220367 |
| 2017 | 461724 | 0,369999 | 170838 | 515276 | 0,369999 | 190652 |
| | | | 956281 | | | 1133043 |

| | |
|----------------------------------|---|
| RELACION BENEFICIO COSTO= | $\frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$ |
| RELACION BENEFICIO COSTO= | $\frac{1133043}{956281}$ |
| RELACION BENEFICIO COSTO= | 1,18 |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 99: Relación costo / beneficio

Se puede apreciar que por cada dólar que se venda se obtendrá 0.18 ctvs. De dólar de ganancia.

5.2.5 Periodo de recuperación del capital.

| AÑOS | INVERSION | FLUJO NETO |
|--------------|-----------|-----------------|
| | 55690,39 | |
| 2013 | | 62243,1 |
| 2014 | | 52803,8 |
| 2015 | | 69354,7 |
| 2016 | | 87851,3 |
| 2017 | | 99024,0 |
| TOTAL | | 371276,9 |

| PERIODO DE RECUPERACION= | FLUJO NETO-INVERSION | |
|--|------------------------|--------------|
| | FLUJO NETO(ULTIMO AÑO) | |
| PERIODO DE RECUPERACION= | 371276,9 | -55690,39 |
| | 99024,0 | |
| PERIODO DE RECUPERACION= | 315586,47 | |
| | 99024,0 | |
| PERIODO DE RECUPERACION= | 3,19 | AÑOS |
| 0,79 X 12 | 9,48 | MESES |
| 0,48 X 30 | 14,40 | DIAS |
| LA INVERSION SER RECUPERARA EN 3 AÑOS 9 MESES Y 14 DIAS | | |

Elaborado por: Evelyn Enríquez y Linda Castillo

Tabla 100: Periodo de recuperación del capital.

La inversión será recuperada en 3 años 9 meses y 14 días

Conclusiones

- En el estudio de mercado se apreció que existe una demanda insatisfecha bastante amplia e importante para los conjuntos de ropa deportiva, la cual puede ser cubierta, no obstante se sabe que en el sector existe una oferta significativa pero aún hay clientes dispuestos a intentar comprar y experimentar nuevas marcas.
- Se determinó, que gran parte del mercado de la ciudad de Quito, existe una gran aceptación de la ropa deportiva siempre que esta cumpla las exigencias del cliente
- La ubicación de la empresa es en un punto estratégico el cual responde a ciertas necesidades y expectativas del mercado meta de una manera eficaz y eficiente.
- La estructura orgánica de la empresa “Segunda Piel” garantiza a todos la ejecución de los procesos, reglamentos y normas que se han establecido para alcanzar la visión y la misión de la empresa, las cuales se encuentran definidas gracias a sus principios y valores.
- Después de haber realizado la evaluación financiera se puede concluir que el proyecto es rentable y ejecutable.

Recomendaciones

- Establecer todos los controles de calidad antes y después de confeccionar los conjuntos deportivos, para así obtener la información que permita realizar una apropiada retroalimentación en busca del mejoramiento continuo.
- Desarrollar un adecuado Proceso Productivo el cual permita a la empresa adquirir un alto grado de productividad.
- La fabricación y comercialización de conjuntos deportivos debe evitar caer en el estancamiento de no innovar los diseños que se ofrecen, con el fin de siempre estar en las nuevas tendencias de la moda.
- El personal debe estar siempre capacitado y enterado de las normas, procedimientos de la empresa, con el fin de que pueda satisfacer inquietudes tanto del cliente interno como externo.
- El local deberá siempre estar organizado de tal manera que se note a simple vista la distribución y la variedad de la colección que se ofrece para la mujer.

Bibliografía

LIBROS

- Alvarez, M. (2004). Preparación y evaluación de Proyectos. En M. Alvarez, *Preparación y evaluación de Proyectos* (pág. 17).
- Nassir Sapag Chain, R. S. (2008). Preparación y Evaluación de proyectos. En R. S. Nassir Sapag Chain, *Preparación y Evaluación de proyectos* (pág. 93). México: McGraw Hill.
- Rafael, A. (1995). El emprendedor de éxito. En A. Rafael, *El emprendedor de éxito* (pág. 9). McGraw Hill.
- STONER, F. y. (sexta edición). ADMINISTRACIÓN. En F. y. STONER, *ADMINISTRACIÓN* (pág. 345). Prentice Hall Hispanoamericana.
- Urbina, G. B. (2006). Evaluación de Proyectos. En G. B. Urbina, *Evaluación de Proyectos* (pág. 110). Korea: McGraw Hill.

INFORMES

- CEPAL. (2011). *Crecimiento económico*.
- Gobierno del Ecuador. (2010). *Decreto ejecutivo 372 del 28 de mayo del 2010*.
- INEC 2010. (s.f.). Diagnóstico del Sector Textil y Confecciones, INEC 2010.
- INEC. *Encuesta de Manufactura y Minería*.
- Judicial, L. d. (30 de julio de 1999). Ley de Gestión Judicial. *Ley de Gestión Judicial*.

PÁGINAS WEB

- google. (s.f.).
<http://www.google.com.ec/imgres?q=conjunto+deportivo&start=345&um=1&hl=es&newwindow=1&tbo=d&tbn=isch&tbnid=KgxAO31jBYr7M:&imgrefurl=http://www.evasecret.com.co/products/index/60/7040/1/0&docid=qpVjysaVItosEM&imgurl=http://www.evasecret.com.co/i>

- mg/articul*. Recuperado el 2012, de <http://www.google.com.ec/imgres?q=conjunto+deportivo&start=345&um=1&hl=es&newwindow=1&tbo=d&tbm=isch&tbnid=KgxAO31jBYr7M:&imgrefurl=http://www.evasecret.com.co/products/index/60/7040/1/0&docid=qpVjysaVItosEM&imgurl=http://www.evasecret.com.co/img/articul>
- *buenastareas*. (2012). (2012, 03). *Pasos para crear una compañía*. *BuenasTareas.com*. Recuperado 03, 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Pasos-Para-Crear-Una-Compa%C3%B1ia/3686144.html>. Recuperado el 2012, de (2012, 03). Pasos para crear una compañía. *BuenasTareas.com*. Recuperado 03, 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Pasos-Para-Crear-Una-Compa%C3%B1ia/3686144.html>
 - *Círculo colorimétrico*. (s.f.). Recuperado el 2012, de http://www.google.com.ec/imgres?imgurl=http://3.bp.blogspot.com/_PyzsLRx-3TM/TURLPqtXzDI/AAAAAAAAABcM/RrOXScqsGEM/s1600/cromatico.jpg&imgrefurl=http://www.nosolomoda.com/2012/01/que-es-la-colorimetria.html&h=449&w=400&sz=28&tbnid=uYS2QauTmBQ9QM:&tbnh=117&t
 - *definición*. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/comercializacion/>
 - *dspace*. (2010). <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1448/2/CAPITULO%201.pdf>. Recuperado el 2012, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1448/2/CAPITULO%201.pdf>
 - *ellitoral*. (s.f.). <http://www.ellitoral.com.ar/es/articulo/187385/La-ropa-deportiva-segun-tu-tipo-de-cuerpo>. Obtenido de <http://www.ellitoral.com.ar/es/articulo/187385/La-ropa-deportiva-segun-tu-tipo-de-cuerpo>
 - *entrebellas*. (s.f.). Recuperado el 2012, de <http://www.entrebellas.com/vamos-a-identificar-el-tipo-de-cuerpo-que-tenemos-5/>
 - *estadística*. (s.f.). Recuperado el 2012, de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Materia/elmuestre.pdf>.

- *Gestiopolis*. (s.f.). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>
- AITE. (s.f.). http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12. Obtenido de http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12
- *bibdigital*. (2010). Recuperado el 2012, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2256/1/CD-2989.pdf>
- handle. (s.f.). <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1466/231%20Ing.pdf?sequence=1>. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1466/231%20Ing.pdf?sequence=1>
- holamartin. (s.f.). <http://www.holamartin.com/component/content/article/18-librocategory/606-los-tipo-de-cuerpo>. Recuperado el 2012, de <http://www.holamartin.com/component/content/article/18-librocategory/606-los-tipo-de-cuerpo>
- <http://www.elergonomista.com/marketing/fijar.html>. (s.f.).
- imágenes, g. (s.f.). <http://www.google.com.ec/search?hl=es&newwindow=1&q=calentadores%20deportivos%20de%20mujer&um=1&ie=UTF-8&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=m5XFUPHtDIXg8wSnq4GoAw&biw=1137&bih=718&sei=nZXFUNnPBIaY9QS8soHwBA>. Obtenido de <http://www.google.com.ec/search?hl=es&newwindow=1&q=calentadores%20deportivos%20de%20mujer&um=1&ie=UTF-8&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=m5XFUPHtDIXg8wSnq4GoAw&biw=1137&bih=718&sei=nZXFUNnPBIaY9QS8soHwBA>
- lostinvogue. (s.f.). <http://www.lostinvgogue.com/general/%C2%BFsabes-que-colores-te-favorecen>.
- mercadeo, g. (s.f.). <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk16.htm>.

- Monografías. (s.f.). <http://www.monografias.com/trabajos37/guia-investigacion-mercados/guia-investigacion-mercados3.shtml>.
- Nebrija, A. d. (s.f.). <http://www.antoniodenebrija.com/ficheros/maticaseso/estadisticad escriptiva.pdf>.
- ofcolor, h. (s.f.). Recuperado el 2012, de www.houseofcolor.co.uk.
- *planing* . (s.f.). Obtenido de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Agosto2005.pdf>
- Presidencia de la República del Ecuador. (2012). www.presidencia.gob.ec. Recuperado el 2 de marzo de 2012, de http://www.presidencia.gob.ec/index.php?searchword=textil&ordering=&searchphrase=all&Itemid=77&option=com_search
- *Promonegocios*. (s.f.). Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- tersabuera. (s.f.). Obtenido de http://www.teresabuera.com/teresabuera/asesor_imagen.htm.
- *wikipedia*. (s.f.). Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/F%C3%A1brica>
- *wikipedia*. (s.f.). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Asesor%C3%ADa_de_imagen.
- www.mcpec.gob.ec

Anexos

Encuesta para determinar la demanda actual en la ciudad de Quito

Encuesta

Buenos días/tardes en calidad de estudiante de la Universidad Salesiana, estoy realizando la siguiente encuesta con la finalidad de obtener mi título universitario, la información que me proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de una nueva línea de ropa deportiva. La encuesta no le llevará más de [5] minutos.

Muchas gracias por su colaboración. Por favor marque con una X su respuesta.

EDAD: 15-20 21-30 31-40 más de 41

GENERO: masculino Femenino

SECTOR DONDE VIVE: norte sur centro valles

1. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual?

Menos de US\$292
Entre US\$293 y US\$500
Entre US\$501 y US\$1000
Entre US\$1001 y US\$1500
Más de US\$1500

2. ¿Usted usa ropa deportiva?

Sí No

Si responde **sí**, continúe con la siguiente pregunta, si su respuesta es **no**, considere esta encuesta como terminada.

3. **¿Qué marcas de ropa deportiva usa?**

Marathon: Adidas: Nike:
Hoja Verde: Otras: _____

4. **¿Está conforme con la calidad de prendas deportiva que le ofrece el mercado?**

Si No

5. **¿Está conforme con el diseño de prendas deportivas que le ofrece el mercado?**

Si No

6. **¿Qué beneficios busca en sus prendas?**

Comodidad: Precio accesible:
Moda: Calidad:

Otros: _____

7. **¿Practica usted algún deporte?**

Sí No

Si la respuesta es Sí, elija el tipo de deporte que practica, si la respuesta es no siga con la siguiente pregunta.

Fútbol Basket ball Tennis Volley

Otros: _____

8. ¿En dónde acostumbra a comprar su ropa deportiva?

Centros comerciales: Ventas a domicilio:
Bazares o galerías: Supermercados:
Mercados mayoristas: Venta por catálogo:
Otros: _____

9. ¿Cuánto destina de su presupuesto mensual a la compra de ropa deportiva?

Menos de US\$20
Entre US\$20 y US\$60
Entre US\$61 y US\$100
Más de US\$100

10. ¿Con que frecuencia compra ropa deportiva?

1 vez por mes
1 vez cada tres meses
Más de cuatro veces por año
Solo cuando se han dañado las prendas que usaba

11. ¿Estaría dispuesto/a a probar una nueva marca de ropa deportiva que además de las prendas de vestir le ofrezca asesoría de imagen?

Sí No