



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM FIT PARA HOMBRES DE 20-60 AÑOS) EN LA CIUDAD DE LOJA”

**Tesis previa a la obtención del
Título de Ingeniera en
Administración de Empresas.**

AUTORA:

Gina Vanessa Benítez Lozano

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Sergio Mauricio León Pineda

LOJA – ECUADOR

2016

CERTIFICACION

ING. COM. SERGIO MAURICIO LEÓN PINEDA DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

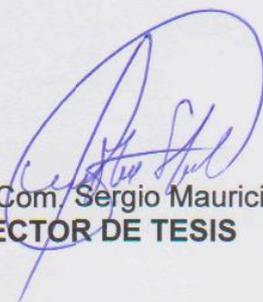
CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo de la señora: GINA VANESSA BENÍTEZ LOZANO, cuyo tema se intitula "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM FIT PARA HOMBRES DE 20-60 AÑOS) EN LA CIUDAD DE LOJA", el mismo que cumple con los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, mayo del 2016.

Atentamente,


Ing. Com. Sergio Mauricio León Pineda
DIRECTOR DE TESIS

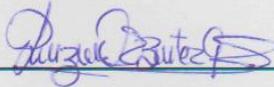
AUTORIA

Yo, Gina Vanessa Benítez Lozano, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca virtual.

Autora: Gina Vanessa Benítez Lozano

Firma:



Cédula: 1103386528

Fecha: Loja, 11 de mayo del 2016

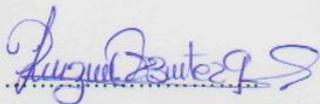
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo GINA VANESSA BENÍTEZ LOZANO, declaro ser los autora de la Tesis titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM FIT PARA HOMBRES DE 20-60 AÑOS) EN LA CIUDAD DE LOJA”** Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:** autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 11 días del mes de mayo del 2016 firma el autor:

FIRMA:..... 

AUTORA: GINA VANESSA BENÍTEZ LOZANO

CÉDULA: 1103386528

DIRECCIÓN: Loja, calle Olmedo y Colón

CORREO ELECTRÓNICO: gvblo.86@gmial.com

CELULAR 0987660975

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Com. Sergio Mauricio León Pineda

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTE: Ing. Marco Patricio Gómez Cabrera

VOCAL: Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán

VOCAL: Ing. Santiago Javier Ludeña Yaguache

DEDICATORIA

Con toda humildad dedico este logro a Dios, por haber permitido culminar una de mis metas y darme la paciencia para lograrlo.

A mis hijas Sophya y Doménica Ogoño, que son pilares fundamentales en mi vida; junto a mí amado esposo que es mi apoyo incondicional y no ha permitido que desmaye a lo largo del camino.

De manera especial, a mis padre Gonzalo Benítez y Esperanza Lozano, por brindarme la necesaria fortaleza y luz interior, para encaminarme por el sendero de la excelencia, el mismo que ahora con satisfacción, está llegando a su fin, el mismo que me llevara a cumplir otras metas planteadas en mi vida.

Gina Vanessa Benítez Lozano

AGRADECIMIENTO

Al culminar el presente compromiso investigativo deseo dejar constancia de mi imperecedero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica Social y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas, en especial a los docentes por la formación académica, profesional y apoyo brindado a lo largo de mi carrera universitaria.

De manera señalada presento un sincero agradecimiento al Ing. Com. Sergio Mauricio León Pineda, quien con su disposición de maestro, con su elevada sabiduría académica, orientó y dirigió meritoriamente la preparación, corrección y culminación de la presente investigación.

La Autora

a. TITULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM FIT PARA HOMBRES DE 20-60 AÑOS) EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

El trabajo de investigación se realizó con el propósito de realizar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM FIT PARA HOMBRES DE 20-60 AÑOS) EN LA CIUDAD DE LOJA”**, esta idea de negocio es brindar a los clientes un mayor alcance del producto, mediante el nuevo punto de venta; y así mismo lograr abarcar el mercado local y a futuro regional; cuyo objetivo principal fue elaborar un proyecto de inversión para determinar la factibilidad del servicio y comercialización de las camisas Slim-Fit, en la ciudad de Loja.

Para recabar información y fundamentar el proyecto, se utilizó métodos, y técnicas de investigación ; El estudio de mercado realizado a través de una muestra de 381 encuestas a los 48813 hombres comprendidos entre las edades de 20-60 años, de la ciudad de Loja; procedimiento que permitió conocer la demanda potencial, la demanda Real y Demanda Efectiva.

Valorando el Estudio Técnico en base al estudio previo, se estima participar en el primer año atendiendo el 7,09%; para el tercer año un 6,73%; y en el quinto año 6,38%. En cuanto a la capacidad administrativa, se necesitará de una secretaria contadora para que pueda llevar detalles de los dos locales tanto del principal como de la sucursal.

En el Estudio Financiero, nos permitió establecer que la inversión inicial será de \$17891,10, del total de la inversión el 34% equivale a 6.000 dólares de estados unidos de américa será financiado mediante crédito al BNF (Banco Nacional

del Fomento) a un plazo de 10 años con pagos semestrales al 16% de interés anual y el 66% restante que equivale a \$11.891,10 serán invertidos por la empresa principal.

Finalmente la evaluación financiera del proyecto se realizó en base a los flujos de caja obtenidos para los cinco años de vida del proyecto; base sobre la cual se aplicaron los indicadores de la evaluación financiera pero antes de eso se obtuvo la TMAR (*Tasa Mínima de Aceptación Rentable*) que es de 20,40% para el cálculo matemático de los indicadores, luego se aplicó el VAN que fue de \$40.126,54, valor favorable que determina que el proyecto es factible financieramente; se obtuvo la TIR que es de 101% superior a la TMAR (20,40%) por lo tanto se genera mayor rendimiento en el costo de la deuda; la Relación Beneficio Costo, es de 0,22 centavos de dólar, el PRC que será en once meses y veinte y nueve días. En lo que respecta al indicador análisis de sensibilidad, fue aplicado para dos escenarios posibles; el primero que es de incremento en los costos con un 15,18% obteniendo un coeficiente de sensibilidad de 0,9964, es decir es menor a uno por lo tanto el proyecto no es sensible a este escenario económico. El segundo es la disminución de ingresos con un 12,42% obteniendo un coeficiente de sensibilidad de 0,9940, es decir es menor a uno por lo tanto el proyecto es sensible a este escenario económico.

Por último y no menos importante con la información obtenida, procedemos a realizar las respectivas; conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación.

ABSTRACT

The research was conducted with the purpose of conducting a "FEASIBILITY STUDY FOR OPENING A BRANCH OF THE COMMERCIAL COMPANY IDENTITY (DISTRIBUTOR PRODUCER AND SLIM FIT SHIRTS FOR MEN 20-60 YEARS) IN THE CITY OF LOJA" this business idea is to offer customers a broader product using the new point of sale; and likewise achieve encompass the local and regional future market; whose main objective was to develop an investment project to determine the feasibility of service and marketing of Slim-Fit shirts, in the city of Loja.

For information and support the project, technical research methods used, and; The market study through a sample of 381 surveys 48813 men between the ages of 20-60 years, the city of Loja; procedure that allowed meet the potential demand, real demand and Effective Demand.

It assessing the technical study based on the previous study, it is estimated to participate in the first year attending 7.09%; for the third year 6.73%; and in the fifth year 6.38%. In terms of administrative capacity, you will need a secretariat bookkeeper so you can carry details of the two local both principal branch.

In the Financial Study, it allowed us to establish that the initial investment will be \$ 17891.10, the total investment 34% equals \$ 6,000 United States of America will be financed by credit BNF (National Bank of Development) to a term 10 years with semi-annual payments to 16% annual interest and the remaining 66% is equivalent to \$ 11,891.10 will be invested by the parent company.

Finally, the financial evaluation of the project was carried out based on the cash flows obtained for the five years of the project; basis on which the financial evaluation indicators were applied but before that the TMAR (Minimum Acceptance Cost Effective Rate) which is 20.40% for the mathematical calculation of the indicators was obtained, then the NPV was applied that was \$ 40.126,54, favorable value determines that the project is financially feasible; IRR which is 101% higher than TMAR (20,40%) therefore higher performance is generated in the cost of debt was obtained; Benefit Cost Ratio is 0.22 cents, the PRC will be in eleven months and twenty-nine days. With respect to the indicator sensitivity analysis it was applied to two possible scenarios; the first is of increased costs with obtaining a 15.18% sensitivity coefficient of 0.9964, ie is less than one so the project is not sensitive to this economic scenario. The second is the decline in revenue with a 12.42% obtaining a sensitivity coefficient of 0.9940, ie it is less than one therefore the project is sensitive to this economic scenario.

Last but not least with the information obtained, we proceed to perform the respective; conclusions and recommendations of this research

c. INTRODUCCIÓN

En esta época de creciente interdependencia mundial el mundo se ha visto marcado por la competitividad en donde la iniciativa y el estilo de vida, motivan a los seres humanos a cuidar apariencia física.

La población económicamente activa del cantón Loja, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), **seguida del comercio (17%)** y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicación.

El trabajo de investigación se enmarcó en brindar una alternativa a la sociedad y con el propósito de efectuar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM FIT PARA HOMBRES DE 20-60 AÑOS) EN LA CIUDAD DE LOJA”**.

La investigación consta de un resumen que permitió dar a conocer un extracto del trabajo investigativo, también consta de una introducción que permitió dar la presentación al trabajo.

Incluye de una Revisión de Literatura, donde se encuentran inmersas las diferentes definiciones optadas de libros, revistas, internet, se considera necesario los conceptos con la finalidad de cimentar la investigación. Cuenta con una metodología en donde se determinaron los métodos inductivo y deductivo que sirven para mayor comprensión análisis y realización del

presente proyecto; el método estadístico y matemático que se utilizó para proyectar cuadros, gráficos estadísticos y las operaciones matemáticas para proyectar ventas , estados financieros consecutivamente. También utilizamos la técnica de la observación directa, la entrevista aplicada a dueños de locales comerciales, la encuesta aplicada a hombres comprendidos en las edades de 20-60 años en la ciudad de Loja, información obtenida para realizar el presente trabajo. La exposición de resultados, nos permitió realizar el análisis e interpretación tanto de encuestas como de entrevistas.

En la discusión se analizaron cuatro estudios de un proyecto de inversión: primero estudio de mercado donde se analizó la demanda, la oferta, y las estrategias de marketing; luego el estudio técnico se analizó el tamaño y la localización con la finalidad de determinar la capacidad instalada, y la capacidad utilizada; la macro y micro localización, la ingeniería del proyecto, y la estructura organizacional, seguidamente el estudio financiero se determinó el monto de la inversión, y su financiamiento; en cuanto a la evaluación financiera se analizó la factibilidad del proyecto a través de los siguientes indicadores financieros como son el VAN, la TIR ,la Relación Beneficio Costo, el Periodo de Recuperación de Capital y el análisis de sensibilidad con un incremento de los costos y la disminución de los ingresos. Posteriormente consta de las conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos de todo el trabajo de investigación, la bibliografía, finalmente los anexos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

ANTECEDENTES DEL NEGOCIO

RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA IDENTIDAD

IDENTIDAD, nace un 6 de junio de 2008, fruto de la visión de un hombre sencillo, nacido en la ciudad de Loja, cuna de gente noble y trabajadora hablamos del Sr. ROBERT OGOÑO SINCHE.

Este negocio abrió sus puertas a la ciudadanía como una empresa dedicada a la comercialización de ropa para damas y caballeros; luego de dos años para satisfacer las exigencias del buen vestir de los caballeros esta empresa inicia una nueva etapa dedicándose solo a la confección de camisas para hombres de acuerdo a las exigencias del cliente como tallas, colores y estilos. Convirtiéndose en el mayor negocio de la empresa teniendo en la actualidad una comercialización del 40% en el mercado local.

La base legal externa a la que se rigen es la siguiente:

- Código de Trabajo
- Ley de Compañías
- Código de Comercio
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Reglamento de Aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno
- Ley de Seguridad Social

FOTO 1: Letrero que identifica a la empresa



ELABORACIÓN: La Autora

En la actualidad laboran 8 personas dentro de la empresa, las mismas que están distribuidas y encargadas del trabajo correspondiente en las diferentes áreas de la empresa.

DATOS GENERALES

Nombre o Razón Social: IDENTIDAD

Es una empresa comercial, privada, con ámbito de acción local, dedicada a la producción y comercialización de camisas Slim-fit para caballeros.

Dirección: Mercadillo entre Av. Universitaria y 18 de noviembre.

Telefax: (07) 582424/ 2562625

Gerente: ROBERT ERNESTO OGOÑO SINCHE

E- mail: dmrobertsinche@hotmail.com

Foto 2: Ubicación de la empresa y Gerente propietario:



FUENTE: Empresa IDENTIDAD

ELABORACIÓN: La Autora

MARCO TEORICO

Lowis Peña Veras, en su artículo “Comercio Internacional” párrafo segundo, publicado en Monografías.com año 2011 Manifiesta:

COMERCIO INTERNACIONAL

Comercio Internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúan entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se de origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entrada de mercancías (importaciones) procedentes de otro país.

Podemos decir que a través del comercio se pueden ampliar fronteras y más posibilidades de comercialización, mejorando la competitividad, y así promover y fortalecer las pequeñas y medianas empresas dedicadas al comercio en nuestro país, generando fuentes de empleo y mejorando el bienestar y calidad de vida de quienes laboran con nosotros y sus familias.

Microsoft Encarta, Industria de la Moda (2008); Manifiesta:

Mercados

La necesidad de abastecer a los grandes mercados y el crecimiento de las cadenas de tiendas y almacenes que venden productos de moda han obligado a los grupos de comercialización a comprar las mercancías de forma centralizada. La compra de una cantidad elevada de productos similares posibilita precios muy competitivos.

Las grandes compañías y almacenes controlan todo el proceso, desde el concepto textil y de diseño hasta la fabricación y la comercialización, para asegurarse de que se mantenga la calidad, los costos permanezcan dentro del presupuesto y la mercancía esté disponible en todas sus tiendas.

La compra de productos de moda por correo está creciendo de forma continua. El desarrollo de la compra por catálogo, que utiliza sofisticados procesos de telecomunicaciones para dar a conocer el diseño, puede revolucionar en el futuro el concepto tradicional de venta y compra de prendas de vestir.

LA CAMISA

Anteriormente la moda cambiaba cada ciertas épocas, hoy, cambia cada día y en ello las camisas tienen diferentes tendencias que mejoran o no al hombre que las lleve puestas.

Un hombre sin camisa es un hombre casi desnudo, tal vez hace miles de años en la época de las cavernas los hombres sin camisa estaban, muy de moda y en la Edad medieval, las camisas eran unos hermosos blusones con una sola abertura para poder ingresar su cabeza. En el siglo XX, las camisas blancas muy blancas se imponían, sus cuellos rígidos estaban de moda. En la actualidad las vemos en todos los colores y modelos pegaditos al cuerpo o bastante holgadas y con sinceridad, los hombres si se ven bien vestidos. (web:<http://es.wikipedia.org/wiki/Camisa>)

HISTORIA

Camisa proviene del latín tardío *camisia*, sin embargo los que defienden su origen griego dicen que es del término *kamasón*, por el significado de túnica. Según algunos estudios sobre moda, esta prenda fue creada en el siglo V A.C en Grecia para vestir a los trabajadores. La camisa, tal y como la conocemos en la actualidad, data de principios del siglo XX en nuestro país, aunque a finales del XIX, ya se registró en Inglaterra la primera camisa abotonada (es decir, con una fila de botones de arriba abajo). Las primeras camisas se ponían pasándolas por la cabeza (al igual que una camiseta), ya que al principio la camisa fue considerada una prenda de ropa interior, y siempre se ponía debajo de otras prendas de vestir; solamente se lucía o veía el cuello de la misma.

Precisamente, de ahí viene la costumbre que indica el Protocolo, que un caballero nunca debe quedarse en mangas de camisa, al menos en presencia de las señoras, por considerarse que era como quedarse desnudo en ropa interior. Por eso los caballeros nunca deberían quitarse la chaqueta en los banquetes y otros actos. Dadas las condiciones de vida de aquellos años, finales del siglo XIX, la camisa blanca o de tonos claros, era signo de distinción.

¿Por qué? Solo los aristócratas y gente de buena posición podían lavarla a menudo y tenerla siempre limpia. Eran bastante utilizados los cuellos postizos, pues como indicamos anteriormente, era la única parte que se lucía, en un principio; así se podía cambiar el mismo, sin tener que lavar el resto de la prenda que no se veía. Cuando aparecen las primeras camisas de colores más oscuros, rayas y estampados, las clases sociales más altas optan por mantener el blanco en los cuellos y puños de las camisas, como signo de distinción, para tratar de mantener las diferencias. Las buenas camisas son caras debido a que en su confección se emplean materiales de buena calidad y emplean una mayor cantidad de tela, además suelen estar hechas a medida. También son más caras pues se cuidan los detalles como los cuellos, mangas, puños y hombros.

Una buena camisa también se reconoce por el tipo de costura que lleva, que debe ser de puntada recta y con un mínimo de 7 u 8 puntadas por centímetro. Además, los ojales y los botones son siempre cosidos a mano. Aunque las camisas de vestir pueden ser también hechas en serie de fábrica, éstas tienen mejor precio pero no suelen contar con los detalles de las camisas hechas a medida y a mano. La camisa, al igual que el resto de prendas masculinas ha evolucionado poco, y sigue siendo una prenda clásica, que solamente suele variar en el tamaño de los cuellos, que cambian en función de las modas que imponen las casas comerciales y los diseñadores de moda. Para elegir una camisa, hay que saber si se usará con corbata o no, y hacer la prueba cerrando el último botón del cuello. Recuerde que una camisa mal ajustada se convierte en un instrumento de tortura, y además dará una mala impresión.

Las camisas de vestir suelen ser blancas, sin botones en el cuello y con puños para gemelos (doble puño) y, por supuesto, de manga larga. Tampoco llevan bolsillo. Una camisa clásica, nunca lleva bolsillo, y si lo lleva nunca debería usarse, para eso tenemos los bolsillos de la chaqueta. Las camisas de manga corta deben dejarse para ocasiones informales, el verano, cuando vestimos de sport, o para ir vestido sin chaqueta. Una curiosidad a tener en cuenta, es que las camisas (como otras prendas de botones masculinas) abrochan de

izquierda a derecha (tienen la fila de botones a la derecha) y las de las señoras abrochan de derecha a izquierda (tienen los botones a la izquierda). Obedece a que los hombres antaño podían desabrocharse la camisa o prenda similar con la izquierda y agarrar o sostener la espada con la mano derecha. Mientras que la mujer solía sostener al niño con la izquierda y desabotonar su camisa o blusa con la derecha. (WEB:http://www.protocolo.org/miscelaneo/monograficos_y_reportajes/la_camisa_su_origen_historia_usos_curiosidades.html)

En la actualidad los cánones de la moda han cambiado y aparecieron una amplia gama de colores modelos y estampados. Las camisas pueden ser de:

- Tela (algodón, seda u otra tela).
- Color muy variado de todas las gamas del arco iris.
- El diseño (liso o plano, rayas, estampadas).
- Se pueden confeccionar (a la medida o en serie), tipos de cuellos, mangas o puños. (con gemelos/colleras o abotonado).
- Se puede usar con corbata o sin ella.

MODELOS DE LA CAMISA (WEB:<http://horabuena.blogspot.com/2011/08/la-camisa-historia-de-la-camisa-partes.html>)

Hay diversos modelos de camisa como fabricantes y diseñadores en el mundo. Estos manejan los modelos de camisas de acuerdo a la tendencia de la moda de tal forma que tenemos:

1.- Camisa casual: Puede ser lucida sola o bajo prendas deportivas y no como camisas para corbata y suelen tener botones en el cuello.

2.- Camisas de vestir: Son las confeccionadas para ser lucidas con traje, saco o prendas de etiqueta. Debido a su mayor carga protocolaria existen de varios tipos como camisa de puño sencillo, camisa de puño doble, camisas de cuello, etc.

En el siglo XIX, se impusieron el color de las camisas políticamente:

- Camisas negras fueron utilizadas por los alemanes nazis.

- Camisas pardas (SA nazis en Alemania).
- Camisas azules usaban ese color España, Canadá, Irlanda, China.
- Camisas verdes Usadas por : Rumanía, Hungría, Brasil).
- Camisas doradas (México).
- Camisas plateadas (Estados Unidos).

MARCO CONCEPTUAL

¿QUE ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN?

Es un plan que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio útil a la sociedad.

La evaluación de un proyecto de inversión cualquiera que este sea tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, que tal manera asegure resolver una necesidad humana de forma eficiente, segura y rentable. Solo así es la única forma de asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa. **(BACA Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS-Sexta Edición-Año 2010-Pág 2)**

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión. **(BARRENO, Luis; “MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS”, Primera edición, Ecuador, 2011. Pág. 36)**

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio Técnico
- ✓ Estudio Financiero
- ✓ Evaluación Financiera

ESTUDIO DE MERCADO

Constituye el primer elemento de un proyecto de inversión, está enfocado a la determinación de la oferta y la demanda de un segmento específico.

El mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y le estudio de la comercialización. **(IBID (2)- Pág. 7)**

ANÁLISIS DE LA DEMANDA (CLIENTES)

DEFINICIÓN: Es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica un precio determinado.

- **Demanda Total o Potencial:** Es la cantidad de bienes o servicios que podrían ser utilizados o consumidos.
- **Demanda Real:** Es la cantidad de bienes o servicios que se consumen o usan actualmente.
- **Demanda Efectiva:** Es la cantidad de bienes o servicios que ofrecen y que son adquiridos.
- **Demanda Insatisfecha:** Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. (CORDOVA PADILLA Marcial “FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS” Primera Edición 2008, Bogotá-Colombia, Impresión Editorial Kimpres Ltda. Pág. 50)

ANÁLISIS DE LA OFERTA (COMPETENCIA) (IBID (2) Pág. 41)

DEFINICIÓN: Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto poner a disposición del mercado a un precio determinado.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN: Se refiere a una estrategia que permita determinar hacia qué mercado va dirigido el producto ofrecido y al mismo tiempo analizar los procedimientos que permitan hacer llegar el producto al usuario final.

ESTUDIO TÉCNICO

DEFINICIÓN: Determina los requerimientos empresariales en función de Tamaño y Localización de la infraestructura física, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humano. (JENNER F. ALEGRE, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Ediciones e Impresiones Gráficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.)

TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

Desde el principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto; la forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación de un servicio por unidad de tiempo; si se trata por ejemplo, de una fábrica de tela seria, entonces el número de metros producidos en un mes o un año, etc. (MIRANDA, Juan José-GESTIÓN DE PROYECTOS-Identificación-Formulación-Evaluación Financiera-Económica-Social-Ambiental-Cuarta Edición 2003-Pág. 118)

LOCALIZACIÓN

Se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos. (IBID (16) Pag.122)

INGENIERÍA DEL PROYECTO (IBID (1) Pág. 97)

Es la forma técnica de disponer de la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos de la empresa para facilitar la circulación de los materiales. (IBID (1) Pág. 98ct)

Dentro de la ingeniería del proyecto podemos destacar los siguientes aspectos:

- Componente Tecnológico
- Distribución De La Planta
- Proceso Productivo
- Diseño De Producto
- Diagrama Del Flujo De Procesos
- Flujograma Del Proceso

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

Toda empresa para empezar a operar con total normalidad debe cumplir específicamente con lo establecido por la ley; y la estructura organizativa debe ir en concordancia con los requerimientos básicos que exija su ejecución. (IBID (16) -Pág. 129)

Base legal: Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos: (Sapag Chain, Nassir y Reinaldo; PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; Mc-Graw Hill, Tercera edición)

- ✓ Acta constitutiva
- ✓ La razón social o denominación
- ✓ Domicilio
- ✓ Objeto de la sociedad.
- ✓ Capital social

CONSTITUCIÓN DE COMPAÑIAS

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

DE LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

En el contrato de la compañía, como en todo contrato, para su validez debe cumplirse los requisitos que señala la ley y que pueden ser clasificados en a) requisitos de fondo, que a su vez son generales y específicos; y b) requisitos de forma.

Requisitos de Fondo: Estos a su vez se clasifican en generales y específicos.

1. Capacidad.
2. Consentimiento.
3. Objeto Lícito.
4. Causa Lícita.

Requisitos de Forma

1. Escritura pública.
2. Aprobación.
3. Publicación de un extracto de la escritura constitutiva.
4. Inscripción en el registro mercantil.
5. Inscripción de la compañía en el registro de sociedades.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía de responsabilidad limitada deberá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley, excepción hecha de operaciones de bancos, seguros, capitalización y ahorro. (RAMIREZ Torres Carlos -MANUAL DE PRÁCTICA SOCIETARIO-Segunda Edición. Pág. 210)

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operaciones de la empresa es, la estructura organizativa con que está cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

NIVELES JERARQUICOS

- ✓ Nivel Legislativo-Directivo
- ✓ Nivel Ejecutivo
- ✓ Nivel Asesor
- ✓ Nivel Operativo
- ✓ Nivel de Apoyo

ORGANIGRAMAS: Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de

supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. (Ken Blanchard, Alan Randolph, Peter Grazier, Recursos Humanos, Colección Habilidades Directivas, Editorial Deusto, año 2012. Pag. 98)

Existen tres tipos de organigramas:

- ✓ Organigrama Estructural
- ✓ Organigrama Funcional
- ✓ Organigrama Posicional

MANUAL DE FUNCIONES: Descripción de las funciones generales que corresponden a cada empleo y la determinación de los requisitos para su ejercicio. El proporcionar la suficiente información permitirá a futuro que el empleado pueda cumplir de una forma adecuada su trabajo.

ESTUDIO FINANCIERO

En este rubro deberán cuantificarse los recursos monetarios necesarios para la implantación y puesta en marcha del proyecto, y que constituyen el activo fijo o inversiones fijas, el activo diferido y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción y ventas a los que generalmente se les llama capital de trabajo. (IBID (2) Pág. 137).

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN

Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo diferido
- Activo circulante o Capital de Trabajo

FINANCIAMIENTO

Fondos nuevos proporcionados a un negocio, ya sea por otorgamiento de préstamos o por la compra de instrumentos de deuda o de acciones de capital.

- **LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNO**

Estas provienen principalmente de las aportaciones de capital que realizan los accionistas, ya bien pueden aportar al inicio del negocio o en un tiempo determinado durante la vida de la misma.

- **LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO EXTERNO**

Son las hipotecas (préstamos bancarios), los pagarés, los préstamos quirografarios, y todos los préstamos de instituciones ajenas y/o externas a la empresa

ANÁLISIS DE COSTOS (IBID (3) Pág. 70)

Los costos en que se incurre al realizar una actividad, un proyecto, una empresa, se le nombra costos pertinentes, que son los costos directos de una elección.

Se analizan dos tipos de costos:

- Costos de Fabricación
- Costos de Operación

COSTO DE PRODUCCION

Se forma por la suma de los elementos directos e indirectos de carácter fabril que, mediante asignaciones directas a los productos - elementos directos - o de derrama más o menos complejas y laboriosas de los indirectos - cargos indirectos. $COSTO\ DE\ PRODUCCION = COSTO\ PRIMO + GASTOS\ DE\ FABRICACION.$

- MATERIAS PRIMAS
- MANO DE OBRA

MATERIAS PRIMAS INDIRECTAS UTILIZADAS

- MANO DE OBRA INDIRECTA EMPLEADA
- EROGACIONES INDIRECTAS DE FABRICACIÓN
- DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS FABRILES
- AMORTIZACIONES DE CARGOS DIFERIDOS FABRILES
- APLICACIONES DE GASTOS FABRILES PAGADOS POR ANTICIPADO

COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

El estado de costo de fabricación o producción es el estado financiero que muestra la integración y cuantificación de la materia prima (MP), mano de obra (MO) y los gastos indirectos de fabricación.

COSTOS DE OPERACIÓN (IBID (3) Pág. 72)

Los gastos de operación también son conocidos como gastos indirectos, ya que suponen aquellos gastos relacionados con el funcionamiento del negocio pero no son inversiones (como la compra de una máquina).

- GASTOS DE VENTAS
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
- GASTOS FINANCIEROS
- OTROS GASTOS

COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN

- **COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN:** Se conoce como costo unitario, el valor de un artículo en particular.
- **EL PRECIO:** Son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

METODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

- **INCREMENTO SOBRE EL COSTE MARGINAL:** Añadiendo al coste marginal (coste de producir una unidad más), una cierta cantidad. Así cubre totalmente los costes variables y permite una mayor flexibilidad, para fijar precios más competitivos en las situaciones que sean necesarios.

CLASIFICACION DE COSTOS

- **COSTOS VARIABLES:** Son aquellos que cambia o Fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Ejemplo Materia prima, comisiones etc.
- **COSTOS FIJOS:** Son los que permanecen constantes durante un periodo determinado sin importar si cambia el volumen. , los salarios, depreciación, alquiler etc. (Web: <http://www.slideshare.net/albertojecha/elementos-del-costo-y-clasificacion>)

PRESUPUESTO FINANCIERO

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en la cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener. (IBID (2) Pág. 150)

EL PUNTO DE EQUILIBRIO O PUNTO DE RUPTURA

Es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variable y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se han dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio. (IBID (2) Pág. 148)

EVALUACIÓN FINANCIERA

Busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto, tiene la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión del proyecto.
- Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

FLUJO DE CAJA: Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de los activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa. (IBID (3) Pág. 88)

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto cuyo acrónimo es VAN es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\boxed{VAN = \text{Valor Actualizado} - \text{Inversión}}$$

- Si el VAN es positivo y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- Si el VAN es negativo y menor a 1 significa que es no conveniente financieramente.
- Si el VAN es igual a 1 significa que es indiferente su realización. (MÓDULO V-LA GESTIÓN DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS 2010-2011-Pag 113-114)

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales. Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto. **(IBID (3) Pág. 94)**
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital, la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Por tasa de descuento se entiende aquella que se utiliza para traer a valor presente los flujos de caja. La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

En donde:

NTIR = Tasa Interna de Retorno

T_m = Tasa menor

DT = Diferencia de tasas

VAN = Valor actual Neto

TM = tasa mayor

Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa. (SAPAG Chain Nassir-PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS 2da Edición-Pág. 282)

$$PRC = \text{Año.que.supera.la.inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros.flujos}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.supera.la.inversión}} \right)$$

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no sobre la base del siguiente criterio:

- Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es mayor q 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es <menor q 1 el proyecto no es rentable

$$RBC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}} - 1$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La TIR obtenida para el proyecto se da lugar solamente si se cumplen los pronósticos anuales de ventas. Con el análisis de sensibilidad se determina cuál es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo económicamente rentable. El objetivo fundamental del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible.
- Si el coeficiente es igual 1 no hay efectos sobre el proyecto.

Con los flujos anteriores se tiene que obtener el valor presente neto y la TIR, tomando en cuenta el rendimiento esperado por el inversionista. En base a los

resultados obtenidos se analizará el rendimiento de la inversión y sus riesgos para así tomar una decisión sobre bases firmes. (IBID (18) Pág. 128)

FORMULA:

Nueva TIR

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VANT_m}{VANT_m - VANTM} \right)$$

Diferencia de TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

Porcentaje De Variación

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100$$

Valor de sensibilidad

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right) \text{ y Métodos}$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Para el presente trabajo de investigación los materiales que se utilizaron fueron la elaboración de la entrevista que consta de nueve preguntas que nos permitirá recolectar datos a base de las preguntas elaboradas permitiéndonos responder a la investigación con la información recogida.

Además se elaboró una encuesta que consta de 13 preguntas que nos permitirá a aplicar a personas seleccionadas directamente; hombres en edades comprendidas entre 20-60 años de edad.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

En la presente investigación se utilizó los siguientes métodos y técnicas.

- **MÉTODO INDUCTIVO:** Éste método se aplicó en la caracterización y planteamiento de cada uno de los estudios para la apertura de la sucursal de la empresa IDENTIDAD en la ciudad de Loja, hasta llegar a las conclusiones generales derivadas de dicha identificación.
- **MÉTODO DEDUCTIVO:** En la investigación sirvió para deducir y descubrir fuentes de consulta. Es decir llegar a conclusiones de forma directa mediante las encuestas aplicadas a los caballeros de la ciudad de Loja comprendido en las edades de 20-60 años de edad.
- **MÉTODO ESTADÍSTICO:** Se lo utilizó para la presentación de los resultados y su mayor comprensión a través de cuadros y gráficos estadísticos.
- **MÉTODO MATEMÁTICO:** Las operaciones matemáticas fueron utilizadas en el Estudio de Mercado al hacer las proyecciones de ventas,

en la elaboración de presupuestos y estados financieros, en la Evaluación Financiera al momento de determinar el factor de actualización.

- **MÉTODO DESCRIPTIVO:** Este método permitió crear la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación y el análisis de los hechos o fenómenos.

TÉCNICAS

- **ENCUESTA:** Se aplicaron las encuestas y se logró determinar oferta y demanda para el proyecto.
- **OBSERVACION DIRECTA:** Mediante esta técnica se pudo tener contacto directo con las diferentes tiendas y locales comerciales que expenden productos similares al nuestro, y conocer más acerca de cual es nuestra competencia.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

De acuerdo al último censo poblacional realizado y según los datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del 2010 tenemos que la ciudad de Loja cuenta con una población de 170.280 habitantes. Y con una tasa de crecimiento poblacional de 2,65%.

El INEC cuenta con información detallada para la determinar y proyectar la población base de estudio del presente proyecto (Población masculina de la ciudad de Loja comprendida entre las edades de 20-60 años).

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

$$Pf = Pa(1+i)^n$$

$$P_{2015}=42829 (1+0.0265)^5 =$$

$$P_{2015}=42829 (1.0265)^5$$

$$P_{2015}=42829 (1.139711075)$$

$$P_{2015}=48.813 \text{ habitantes}$$

OBTENCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Con el fin de determinar las encuestas que fueron aplicadas en la población se se utilizó la siguiente formula:

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

DONDE:

n= Tamaño de La Muestra

P=Probabilidad de éxito

e=Margen de error al 5%

Q=Probabilidad de fracaso

N=Población Total

N-1=Factor de corrección

Z=Nivel de Confianza

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 48813}{0,05^2(48813 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{46.880,00}{0,0025 (48812) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{46.880,00}{122,03 + 0,9604}$$

$$n = \frac{46.880,00}{122,9904}$$

$$n = 381 \text{ ENCUESTAS}$$

Se aplicaron 381 encuestas a los caballeros de la ciudad de Loja comprendido entre 20-60 años.

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE LA POBLACIÓN

Para la aplicación de encuestas, fue necesario estratificar la muestra de acuerdo a la distribución poblacional de la ciudad de Loja, con este propósito se obtuvo la información que tiene el INEC del último censo poblacional 2010, en el cual se distribuye de la siguiente manera:

**CUADRO N° 2
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**

PARROQUIAS	POBLACIÓN HOMBRES (20-60) AÑO 2010	POBLACIÓN HOMBRES (20-60) PROYECCIÓN 2015	ENCUESTAS	%
SUCRE	16991	19,364	152	40%
SAGRARIO	3880	4.422	34	9%
EL VALLE	7562	8618	69	18%
SAN SEBASTIÁN	14396	16407	126	33%
TOTAL	42829	48812	381	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaboración: La Autora

PROYECCIÓN DE POBLACION MASCULINA COMPRENDIDA ENTRE EDADES DE 20-60 AÑOS.

$$Px = Pb(1 + i)^n$$

$$i = \frac{T.C.}{100}$$

Dónde:

Px= Población Futura

Pb= Población Base

I= Incremento Poblacional

T.C. = Tasa de Crecimiento Poblacional

Desarrollo de las Fórmulas

$$Px = Pb(1 + i)^n$$

$$i = \frac{T.C.}{100}$$

$$Px = 16991(1 + 0,0265)^5$$

$$i = \frac{2,65}{100}$$

$$Px = 169910(1,139711075)$$

$$i = 0,0265$$

$$Px = 19.364$$

Al determinar la muestra para cada parroquia, tenemos que en la Parroquia Sucre existen 19,364 hombres donde se aplicó 152 encuestas, la Parroquia Sagrario tiene 4422 hombres donde se aplicó 34 encuestas, la Parroquia El Valle tiene 8618 hombres donde aplicaremos 69 encuestas y la Parroquia San Sebastián que tiene 16407 hombres en la cual se aplicará 126 encuestas, dando un total de **48,812 hombres comprendidos en las edades de 20-60 años de edad proyectados al año 2015 y dando un total de 381 encuestas que es el tamaño total de la muestra.**

f. RESULTADOS

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN MASCULINA COMPRENDIDA ENTRE LOS 20-60 AÑOS DE LA CIUDAD DE LOJA

1. ¿Cuál es su capacidad económica promedio mensual?

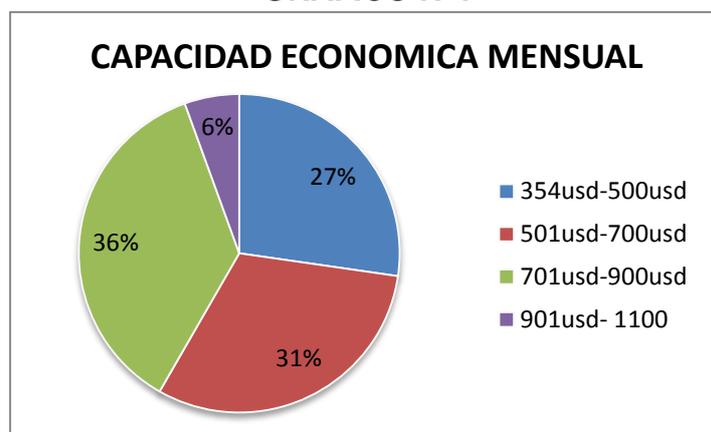
CUADRO N° 3
CAPACIDAD ECONOMICA MENSUAL

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
354usd-500usd	104	604	62816	27,30%
501usd-700usd	118	851	100418	30,97%
701usd-900usd	138	1151	158838	36,22%
901usd- 1100	21	1451	30471	5,51%
TOTAL	381		352543	100,00%
MEDIA	\$ 925,31	PROMEDIO MENSUAL		

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de la población objeto de estudio, se observa que el **36,22%** equivalente a 138 hombres (20-60 años de edad) posee una capacidad económica promedio mensual de 701-900 dólares. Seguido del **30,97%** con una capacidad económica comprendida entre 500-700 dólares, mientras que el **27,30%** cuenta con una capacidad económica promedio de 354-500 dólares. Lo cual nos da una mediana de **\$ 925,31** dólares, esto significa que el promedio está por encima del sueldo básico lo que les permite a la mayoría de los hombres cubrir sus necesidades, y adquirir el producto a comercializar.

2. ¿Cuál es el motivo u ocasión del uso de la camisa SLIM-FIT?

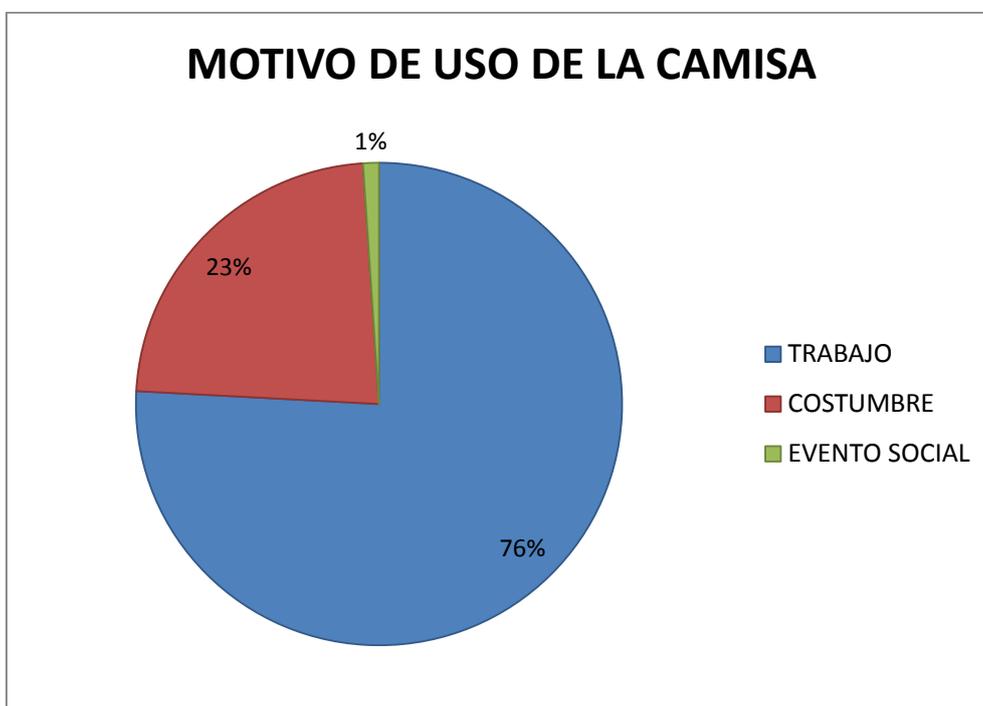
CUADRO N° 4
MOTIVO DE USO DE LA CAMISA

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TRABAJO	289	75,85%
COSTUMBRE	88	23,10%
EVENTO SOCIAL	4	1,05%
TOTAL	381	100,00%

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°2



ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de las encuestas aplicadas, se evidencia que un 75,85% utiliza la camisa para trabajo, un 23,10% utiliza esta prenda de vestir por costumbre, mientras que un 1,05% la utiliza para eventos sociales, lo permite saber que debe existir variedad de camisería en stock para la comercialización.

3. ¿Qué tipo de camisa usted prefiere?

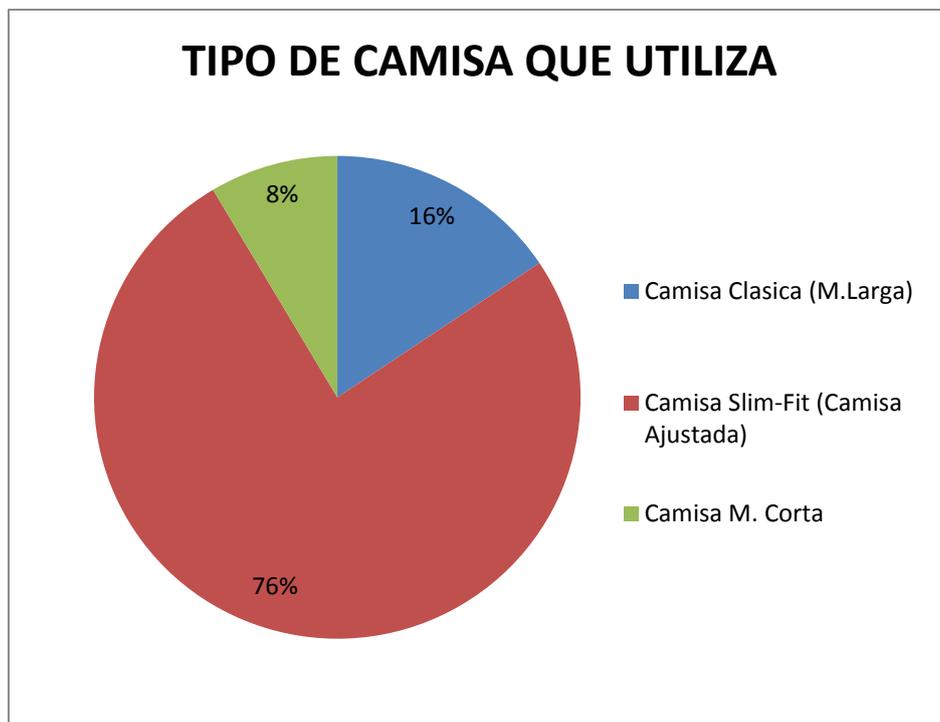
CUADRO N° 5
TIPO DE LA CAMISA QUE UTILIZA

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL
Camisa Clásica (M. Larga)	64	16,80%	381
Camisa Slim-Fit (Camisa Ajustada)	311	81,63%	381
Camisa M. Corta	35	9,19%	381

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: A través de las encuestas para conocer el tipo de camisa a utilizarse con más frecuencias tenemos con un 81,63% utilizan la camisa Slim-fit, mientras que el 16,80% utilizan camisa clásica, y el 9,19% utiliza camisa manga corta. Lo que representa la preferencia por la camisería Slim-Fit.

4. ¿En qué lugar(es) de preferencia compra la “Camisa” Slim-Fit?

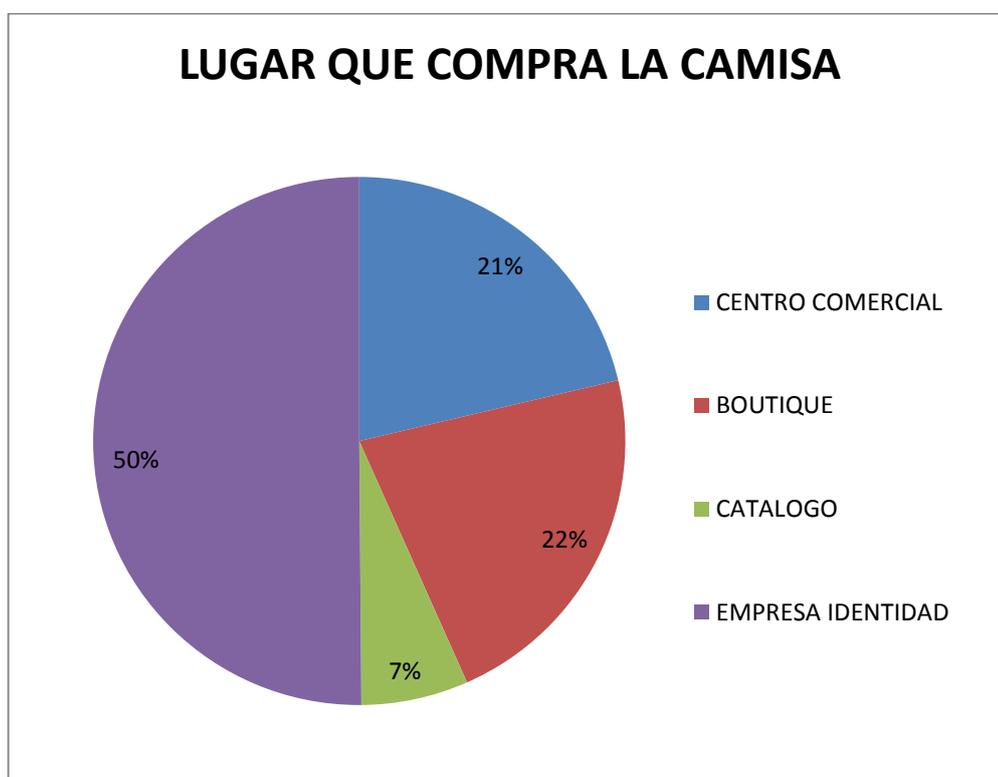
CUADRO N° 6
LUGAR QUE COMPRA LA CAMISA

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL
CENTRO COMERCIAL	85	27,33%	311
BOUTIQUE	88	28,30%	311
CATALOGO	26	8,36%	311
EMPRESA IDENTIDAD	200	64,31%	311

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Mediante la aplicación de encuestas se obtuvieron los siguientes datos; con un 64,31% compra en Identidad, el 28,30% lo hacen en diferentes Boutiques, un 27,33% realiza sus compras en Centros Comerciales, y un 8,36% compra mediante catálogos. Lo que evidencia la pertenencia con la Empresa Identidad.

5. ¿Qué cantidad de camisas adquiere anualmente en la empresa Identidad?

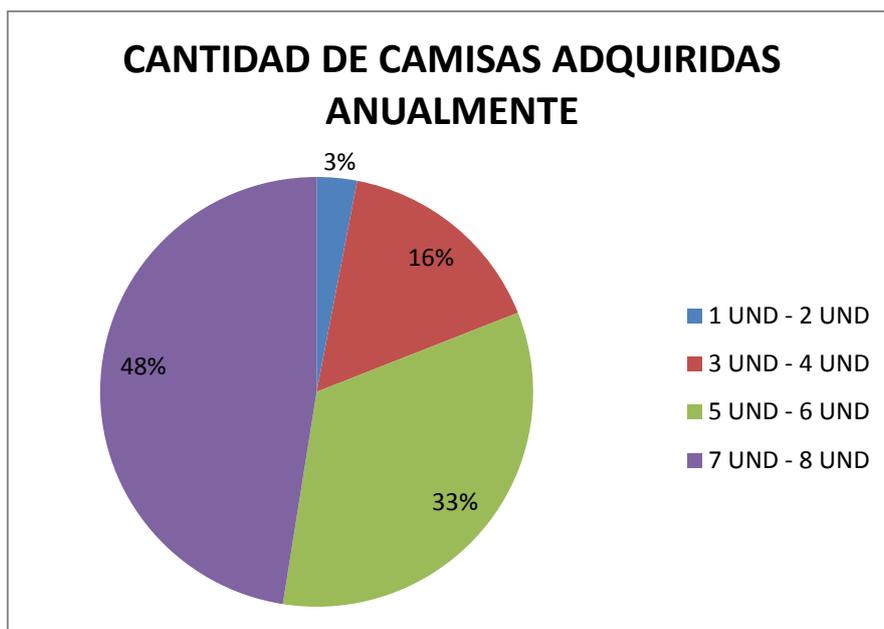
CUADRO N° 7
CANTIDAD DE CAMISAS ADQUIRIDAS ANUALMENTE EN LA EMPRESA IDENTIDAD

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
1 UND - 2 UND	6	1,5	9	3,00%
3 UND - 4 UND	32	3,5	112	16,00%
5 UND - 6 UND	67	5,5	368,5	33,50%
7 UND - 8 UND	95	7,5	712,5	47,50%
TOTAL	200		1202	100,00%
Media	6,01	ADQUISICIÓN ANUAL DE CAMISAS		

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: A través de las encuestas podemos decir que se obtuvieron los siguientes resultados: un **48%** de los caballeros adquieren entre 7-8 camisas anuales, un **33%** adquiere entre 5-6 camisas durante el año, el **16%**, oscila entre 3-4 camisas. Por lo tanto podríamos estimar que un promedio de compra de camisas durante el año es de **6 unidades**.

6. Cuando usted adquiere la “Camisa” SLIM-FIT. ¿Cuánto paga por ella?

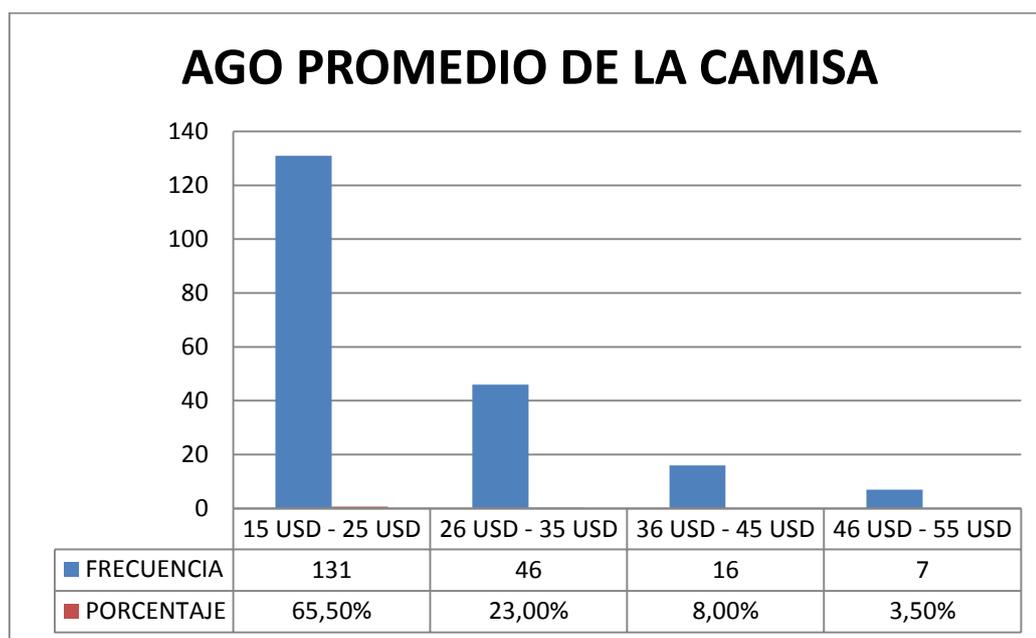
**CUADRO N° 8
PAGO PROMEDIO DE CAMISA**

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
15 USD - 25 USD	131	20	2620	65,50%
26 USD - 35 USD	46	30,5	1403	23,00%
36 USD - 45 USD	16	40,5	648	8,00%
46 USD - 55 USD	7	50,5	353,5	3,50%
TOTAL	200		5024,5	100,00%
Media	\$ 25,12	PAGO PROMEDIO		

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los resultados tenemos 65,50% de los caballeros pagan como mínimo por una camisa entre 15-25 dólares, y un 23% pagan entre 26-35 dólares, un 8% paga por la prenda entre 36-45 dólares y un 3% paga entre 46-45 dólares la camisa. Lo cual significa que la población masculina está dispuesta a pagar por la prenda un promedio de **\$ 26,14**.

7. ¿Si usted adquiere las camisas en la Empresa Identidad como califica la prestación del servicio?

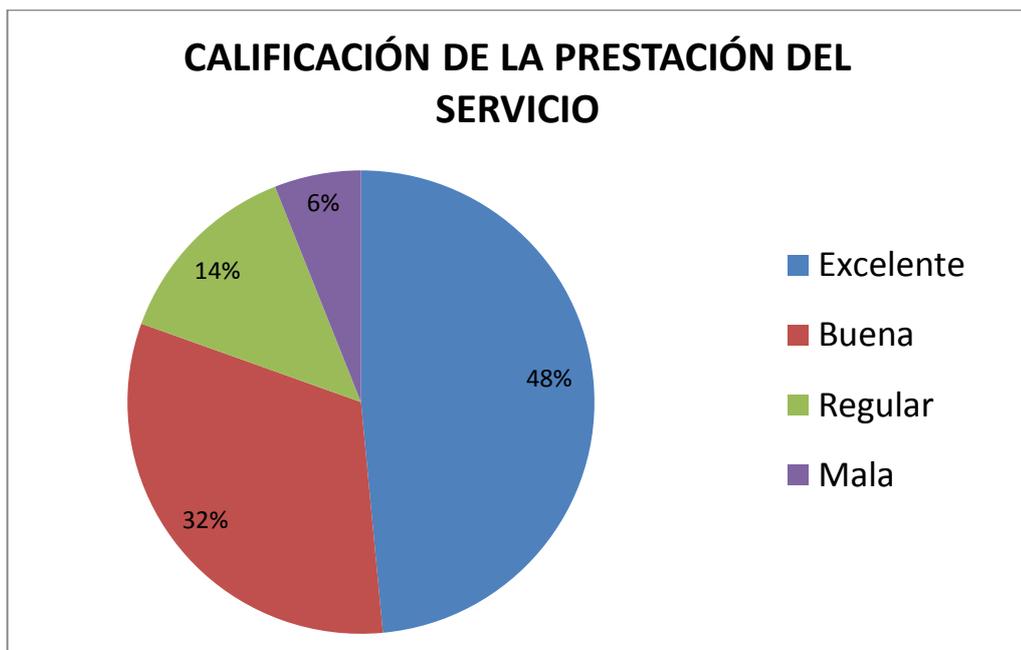
**CUADRO N° 9
CALIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	97	48,50%
Buena	64	32,00%
Regular	27	13,50%
Mala	12	6,00%
TOTAL	200	100,00%

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con respecto a la prestación del servicio, tenemos un 48% con un punto de satisfacción de EXCELENTE, un 32% con satisfacción BUENA, 14% con satisfacción REGULAR y por último un 6% con satisfacción MALA. Lo que permite conocer que la mayoría se siente satisfecho con el servicio que presta la empresa; sin descuidar y superar en las opciones reflejadas como REGULAR Y MALA.

8. ¿Cuál fue la forma de pago con la que adquirió sus camisas en la Empresa Identidad?

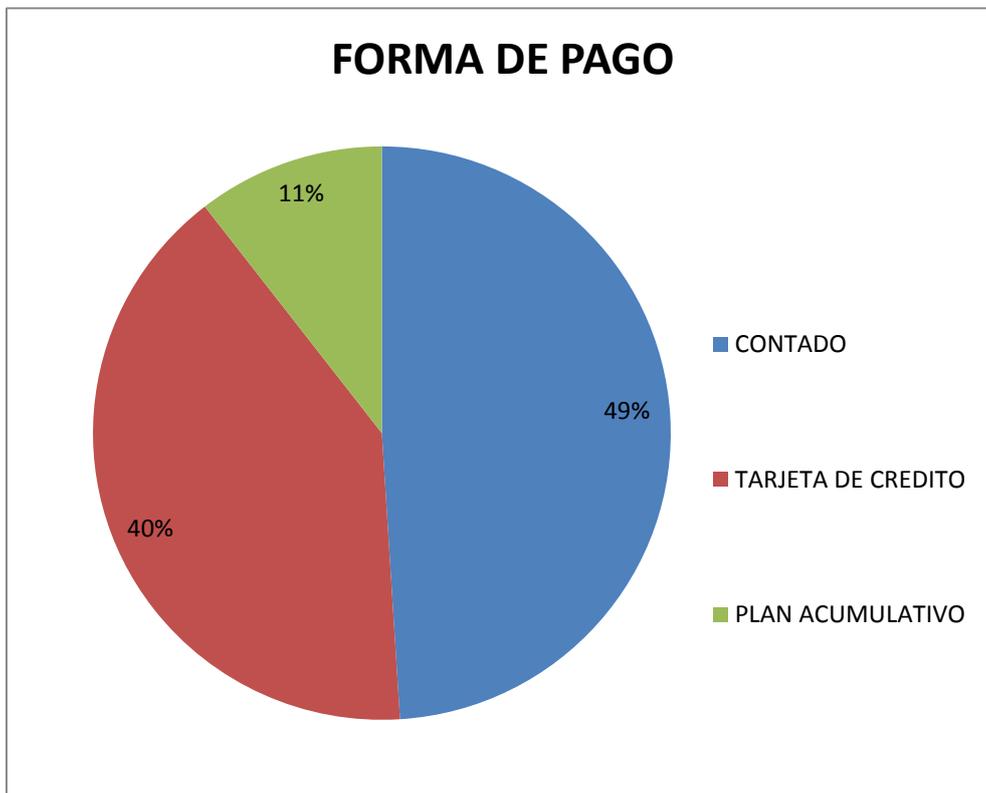
CUADRO N° 10
FORMA DE PAGO

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONTADO	98	49,00%
TARJETA DE CREDITO	81	40,50%
PLAN ACUMULATIVO	21	10,50%
TOTAL	200	100,00%

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: con respecto a la forma de pago de los clientes al momento de comprar su camisa estos prefieren cancelar al contado con un 49%, y no tan lejos tenemos que un 40% de clientes realizan sus compras con tarjeta de crédito y un 11% deja sus prendas en reserva mediante un plan acumulativo.

9. ¿Qué características considera importantes al momento de comprar la “Camisa” en la Empresa Identidad?

CUADRO N° 11

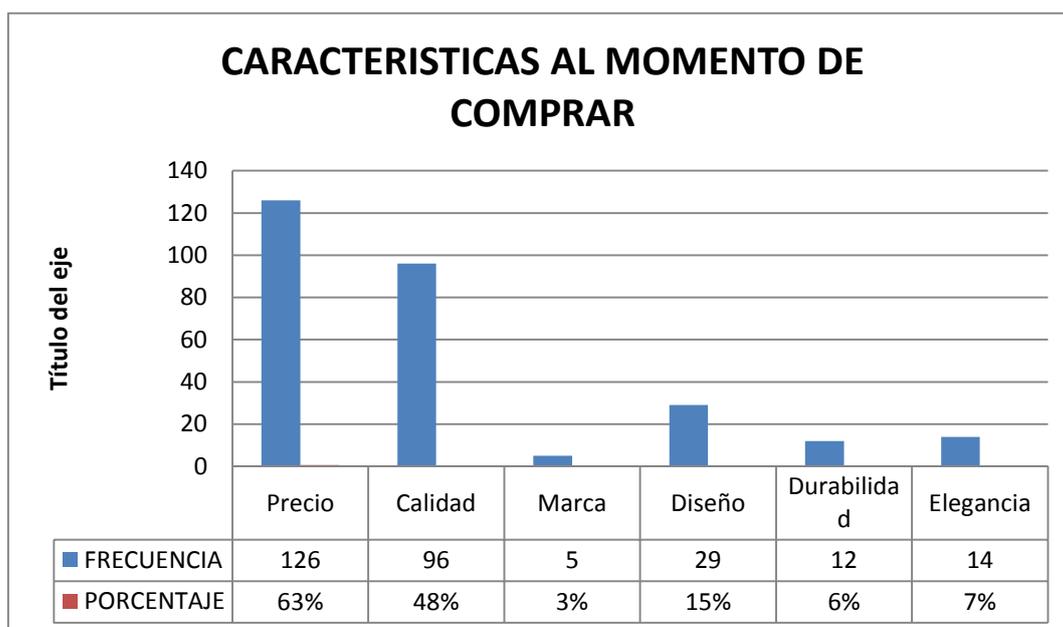
CARACTERÍSTICAS AL MOMENTO DE COMPRAR

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL ENC.
Precio	126	63%	200
Calidad	96	48%	200
Marca	5	3%	200
Diseño	29	15%	200
Durabilidad	12	6%	200
Elegancia	14	7%	200

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida se obtuvo los siguientes resultados: el 63% de los caballeros que compran en Identidad, prefiere el PRECIO a la hora de adquirir su prenda, en cambio 48% de los hombres optan por el CALIDAD a la hora de adquirir, un 15% prefiere el DISEÑO que esta tenga un 7% prefieren ELEGANCIA y comparten un 6% DURABILIDAD y un 3% prefiere MARCA, a lo hora de vestir.

10. Si se implementara en la ciudad de Loja una sucursal de la Empresa "IDENTIDAD", comercializadora y productora de camisas para caballeros, ¿Usted estaría dispuesto a acudir a nuestro nuevo local para adquirir los productos que esta ofrece?

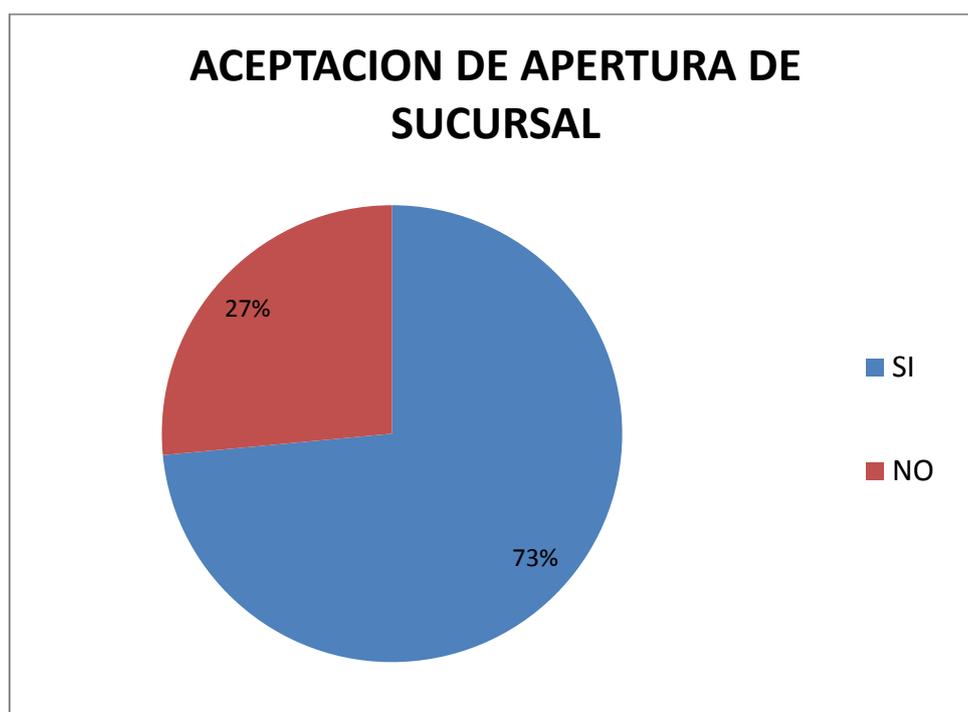
CUADRO N° 12
ACEPTACIÓN DE APERTURA DE SUCURSAL IDENTIDAD

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	147	73,50%
NO	53	26,50%
TOTAL	200	100,00%

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Podemos decir que al abrir una sucursal de la Empresa Identidad, los futuros compradores aciertan con un 73%, y estarían dispuestos a acudir al nuevo local, mientras el 27% no está de acuerdo o es indiferente ante esta opción.

11. ¿Cuáles son las ventajas que considera al tener cerca una sucursal, de la Tienda “IDENTIDAD”?

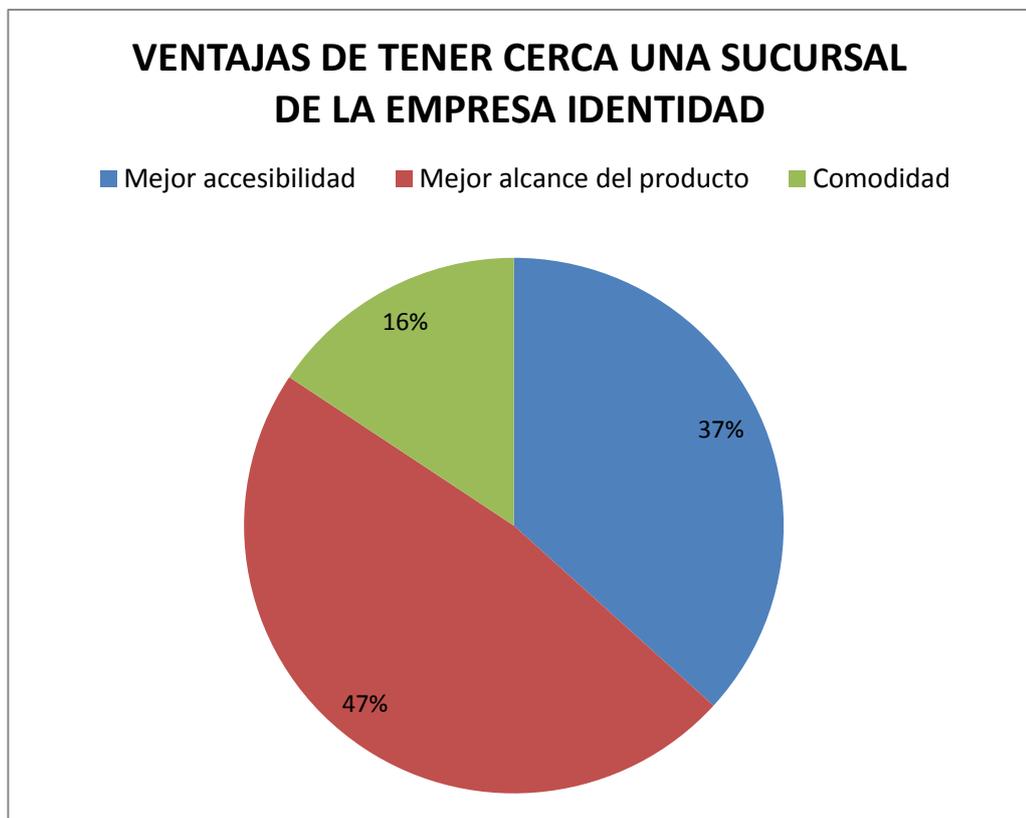
**CUADRO N° 13
VENTAJAS DE TENER CERCA UNA SUCURSAL DE IDENTIDAD**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejor accesibilidad	54	36,73%
Mejor alcance del producto	70	47,62%
Comodidad	23	15,65%
TOTAL	147	100,00%

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Tenemos que los clientes de la empresa identidad prefieren dirigirse a la nueva sucursal por mejor alcance del producto con un 47%, mientras que un 37% prefiere el nuevo local por accesibilidad, y un 15% por comodidad.

12. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que le ofrezca la Empresa Identidad en el nuevo local?

**CUADRO N° 14
PROMOCIÓN QUE LE GUSTARÍA RECIBIR**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Esferos	12	8,16%
Descuentos	126	85,71%
Gorras	6	4,08%
Calendarios	3	2,04%
TOTAL	147	100,00%

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Podemos decir que los descuentos encabezan la pregunta con un porcentaje del 86%, mientras un 8% prefiere material promocional como esferos, un 4% prefiere Gorras y un 2% prefiere calendarios.

13. ¿En qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la apertura del nuevo local de la Empresa Identidad?

CUADRO N° 15

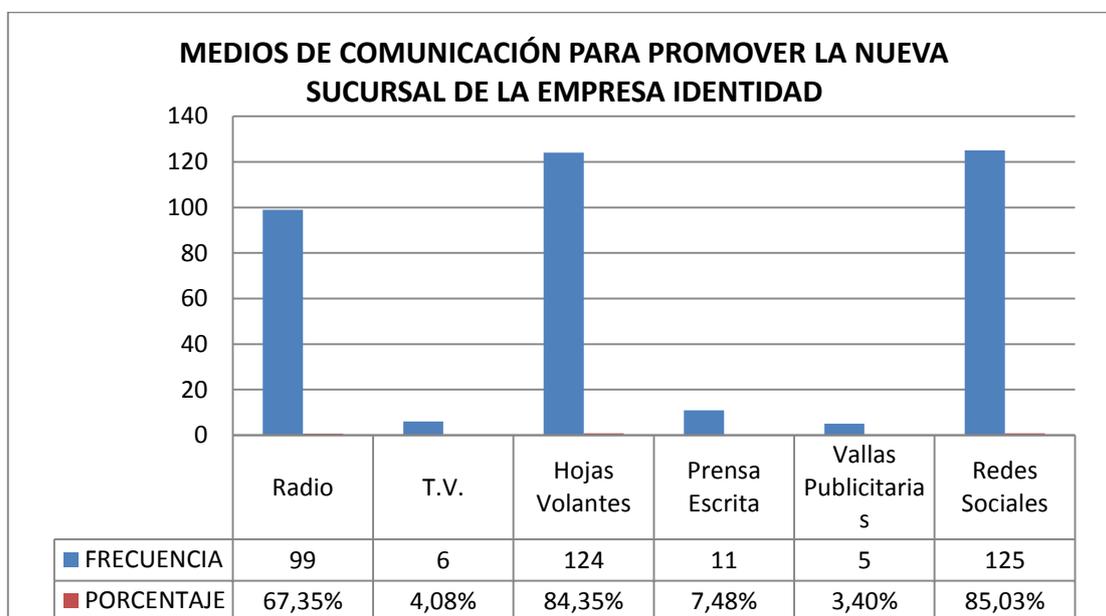
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER EL PRODUCTO

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Radio	99	147	67,35%
T.V.	6	147	4,08%
Hojas Volantes	124	147	84,35%
Prensa Escrita	11	147	7,48%
Vallas Publicitarias	5	147	3,40%
Redes Sociales	125	147	85,03%

Fuente: Encuesta a consumidores de camisas de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según datos obtenidos tenemos que los medios de comunicación más idóneo para dar a conocer la nueva apertura de sucursal son las Redes Sociales con un 85,03%, seguidamente tenemos un 84% por Hojas Volantes, un 67% tenemos la Radio, un 7% Prensa Escrita un 4% a la Televisión y un 3% a la publicidad mediante Vallas Publicitarias. Tanto el medio de comunicación más idóneo para dar a conocer el producto es por medio de redes sociales donde pueden visualizar el producto y adquirirlo de forma on-line, si el cliente así lo desea.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES DE CAMISAS EN LA CIUDAD DE LOJA.

1. ¿Qué tipo de negocio tiene?

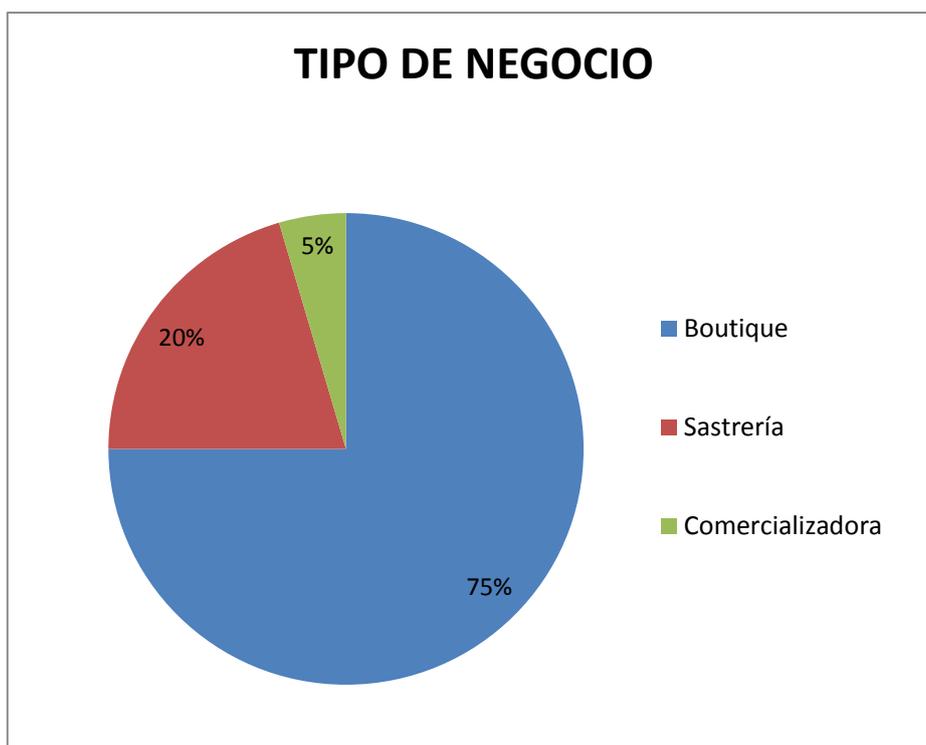
CUADRO N° 16
TIPO DE NEGOCIO

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Boutique	33	75%
Sastrería	9	20%
Comercializadora	2	5%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las encuestas aplicadas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja, se obtuvo los siguientes resultados: el 75% son boutiques, el 20% corresponde a Sastrerías, y el 5% son comercializadoras de este tipo de prenda.

2. ¿Comercializa Camisas Slim-Fit para hombres en su empresa? De qué tipo.

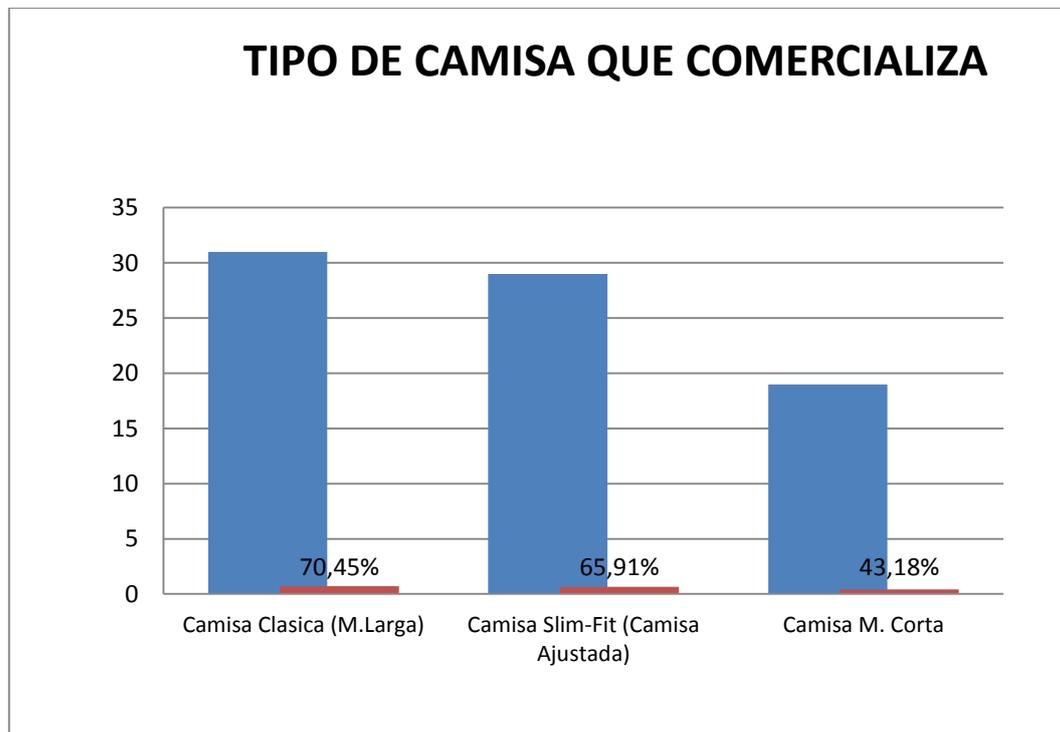
CUADRO N° 17
TIPO DE LA CAMISA QUE COMERCIALIZA

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL
Camisa Clásica (M. Larga)	31	70,45%	44
Camisa Slim-Fit (Camisa Ajustada)	29	65,91%	44
Camisa M. Corta	19	43,18%	44

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de los ofertantes de las camisas, se obtuvo los siguientes resultados: el 70,45% comercializa camisa clásica, el 65,91% si comercializa este modelo de camisa Slim-Fit, mientras que el 43,18% comercializa camisas manga corta. Por lo tanto podemos evidenciar que si existe una considerable competencia de camisa Slim-Fit.

3. Anualmente cuantas camisas SLIM-FIT, vende en su empresa.

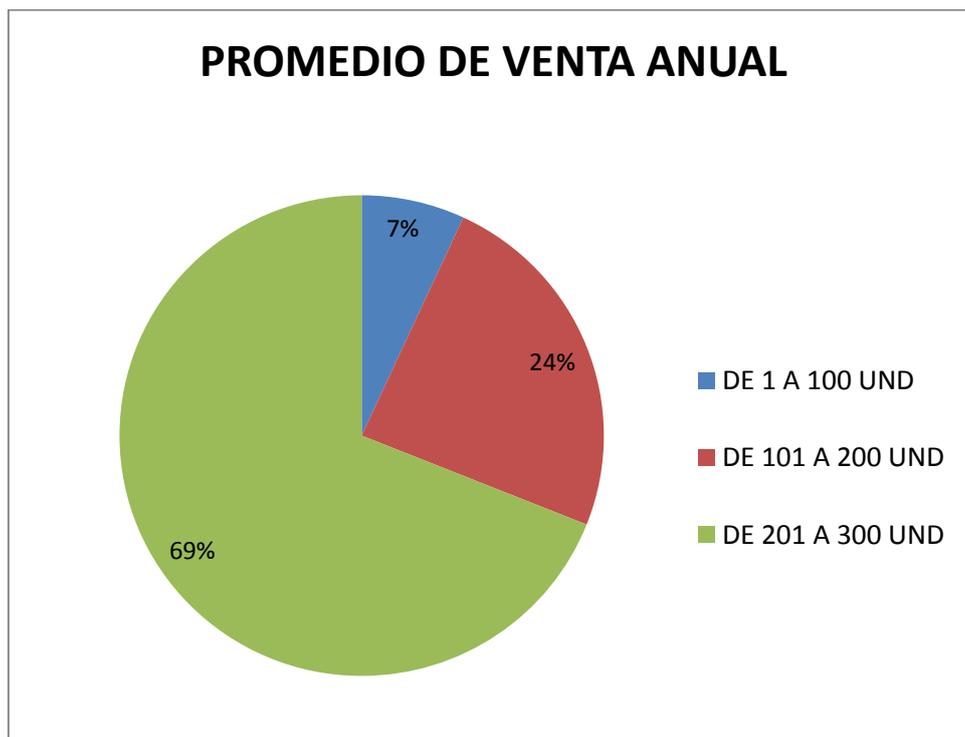
CUADRO N° 18
VENTA ANUAL DE CAMISAS EN UNIDADES

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
DE 1 A 100 UND	2	50,5	101	6,90%
DE 101 A 200 UND	7	150,5	1053,5	24,14%
DE 201 A 300 UND	20	250,5	5010	68,97%
TOTAL	29		6164,5	100,00%
Media	212,57	VENTA PROMEDIO EN UNIDADES		

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los oferentes venden un promedio de camisas de forma anual, de un 68,97% que nos da una media de 212 camisas al año.

4. ¿Qué tipo de prestación adicional brinda usted a sus clientes?

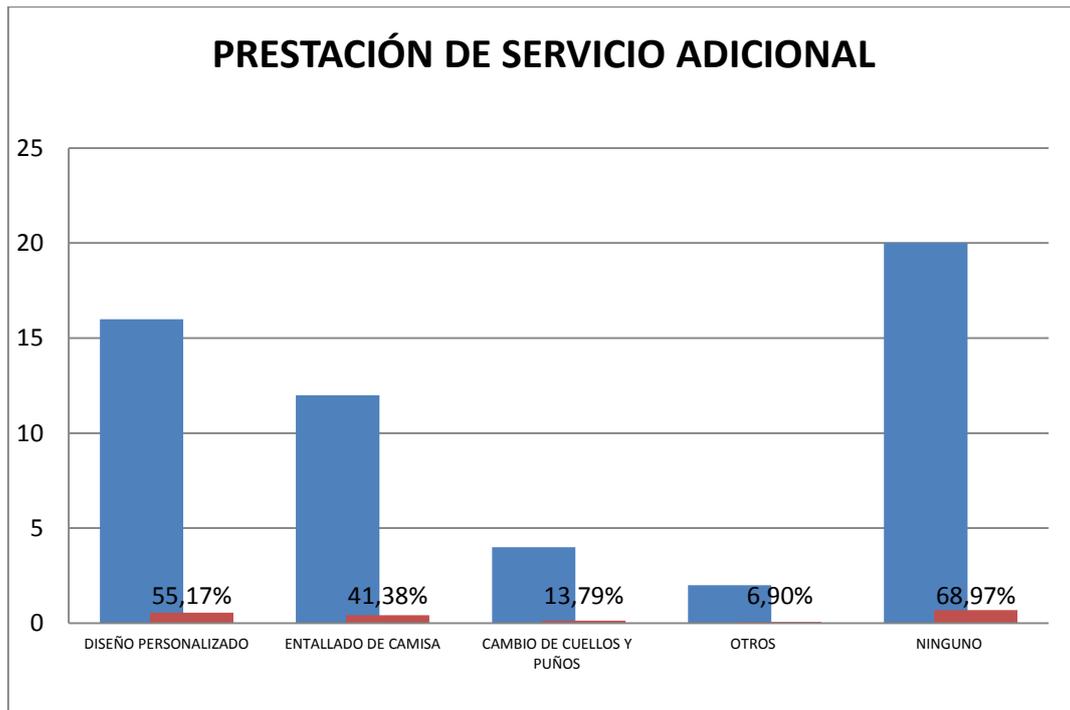
**CUADRO N° 19
PRESTACIÓN DE SERVICIO ADICIONAL**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL
DISEÑO PERSONALIZADO	16	55,17%	29
ENTALLADO DE CAMISA	12	41,38%	29
CAMBIO DE CUELLOS Y PUÑOS	4	13,79%	29
OTROS	2	6,90%	29
NINGUNO	20	68,97%	29

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los oferentes la mayor parte de ellos no ofrece servicios adicionales a los clientes con un porcentaje de 68,97%, otros ofrecen diseño personalizado con un 55,17%, y un 41,38% con el servicio de entallado que por lo general este servicio es prestado por parte de las sastrerías.

5. ¿A través de que medio se provee usted de mercadería?

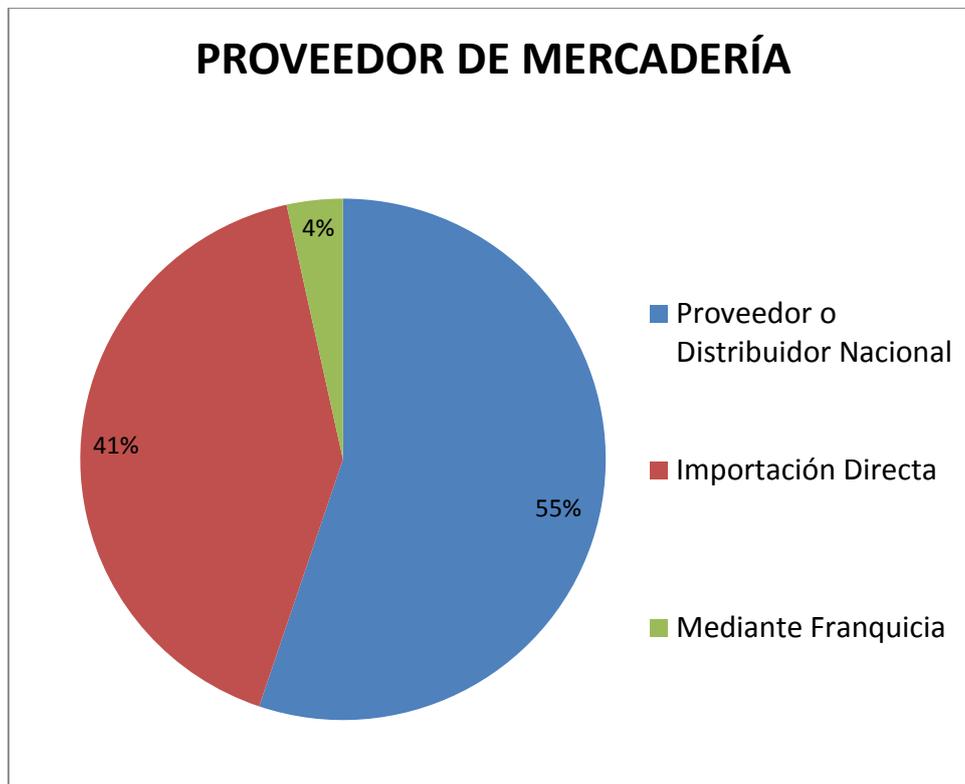
**CUADRO N° 20
PROVEEDOR DE MERCADERÍA**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Proveedor o Distribuidor Nacional	16	55,17%
Importación Directa	12	41,38%
Mediante Franquicia	1	3,45%
TOTAL	29	100,00%

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los oferentes manifiestan que la mercadería que adquieren es de origen nacional con un 55%, un 41% tienen importación directa y un 4% mediante franquicia.

6. ¿Por qué medios da a conocer sus productos?

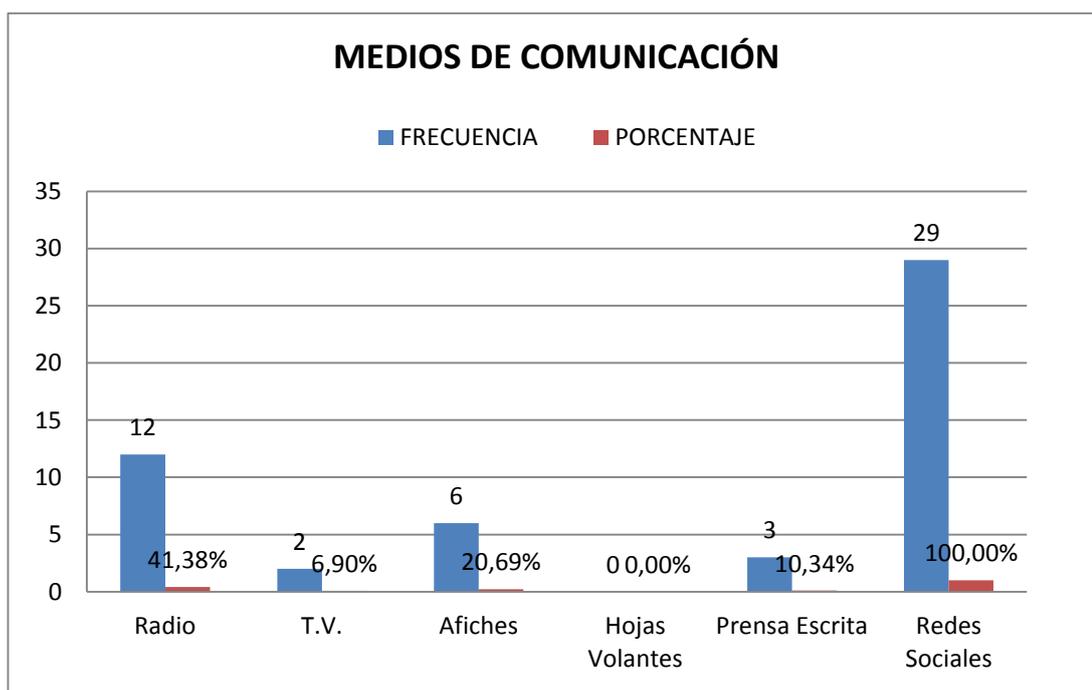
**CUADRO N° 21
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL ENC.
Radio	12	41,38%	29
T.V.	2	6,90%	29
Afiches	6	20,69%	29
Hojas Volantes	0	0,00%	29
Prensa Escrita	3	10,34%	29
Redes Sociales	29	100,00%	29

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La información dice que la mayoría de los oferentes prefiere promover sus productos por redes sociales con un 100%, seguido de un 41,38% por radio y un 20,69% por Afiches.

7. El promedio de ventas anuales de su empresa está comprendido entre

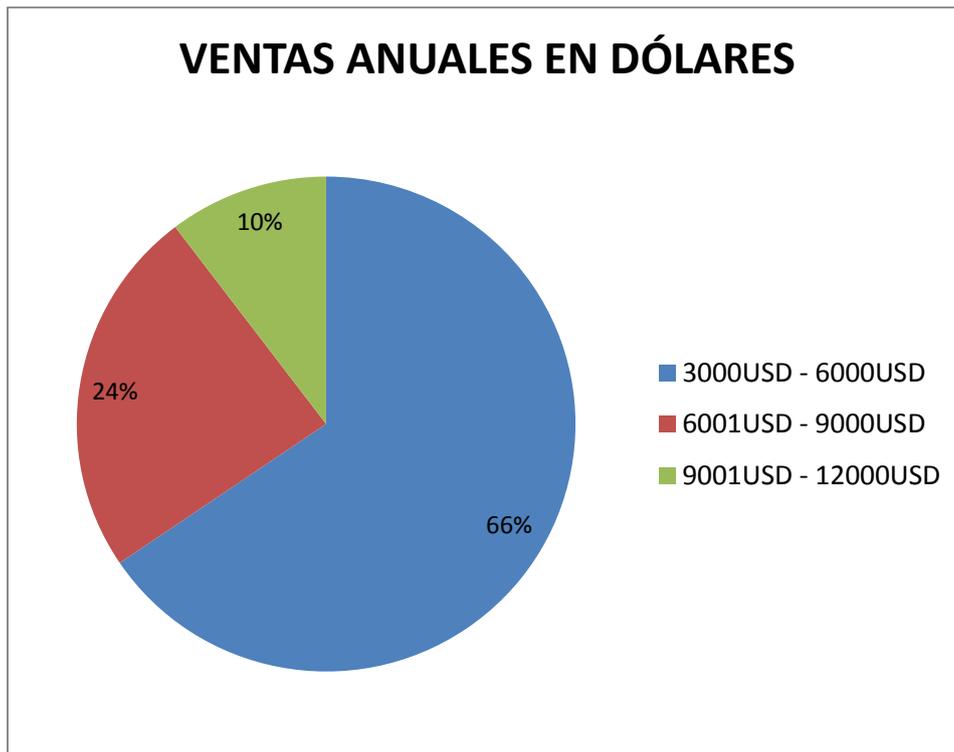
CUADRO N°22
VENTA DE CAMISAS EN DINERO PROMEDIO ANUAL

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
3000USD - 6000USD	19	4500	85500	65,52%
6001USD - 9000USD	7	7500,5	52503,5	24,14%
9001USD - 12000USD	3	10500,5	31501,5	10,34%
TOTAL	29		169505	100,00%
Media	\$ 5.845,00	VENTA PROMEDIO		

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N° 20



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los encuestados tenemos que sus ingresos están dentro de un 66% entre rangos de 3000 a 6000 dólares, un 24% en el rango de 6001 a 9000 dólares y con un 10% entre el rango de 9001 a 12000 dólares.

8. ¿Qué tipo de promociones ofrece su empresa a los clientes?

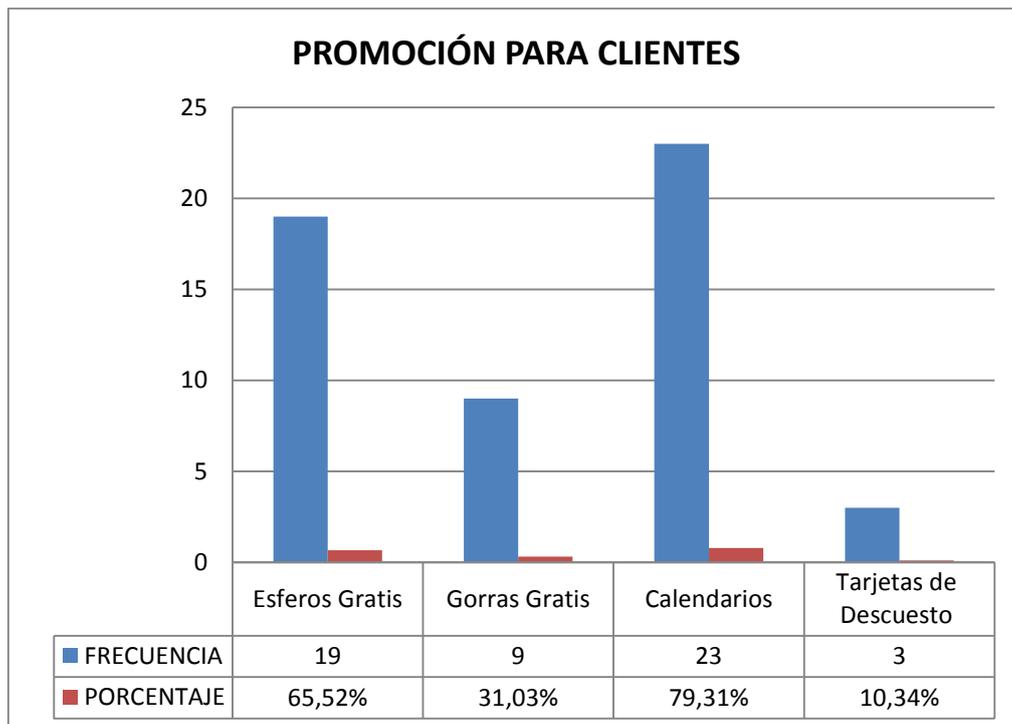
**CUADRO N° 23
PROMOCION PARA LOS CLIENTES**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL ENC.
Esferos Gratis	19	65,52%	29
Gorras Gratis	9	31,03%	29
Calendarios	23	79,31%	29
Tarjetas de Descuento	3	10,34%	29

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°21



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los encuestados tenemos que las promociones que tienen para sus clientes son de calendarios con un 79,31%, seguido de esferos con un 65,52%, continuando con un 31,03% que pertenece a gorras y por último con un 10,34% tarjetas de descuento.

9. ¿Cuál es el precio de venta de la camisa que usted comercializa?

CUADRO N° 24

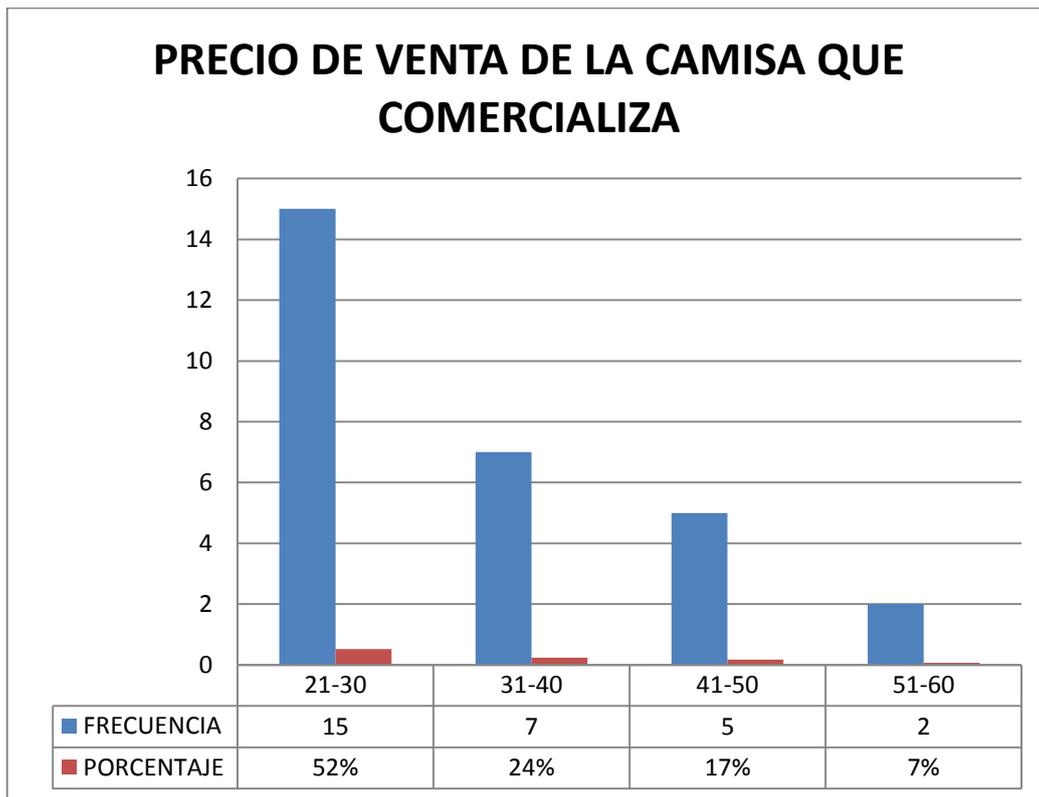
PRECIO DE VENTA DE LA CAMISA QUE COMERCIALIZA

INDICADOR	FRECUENCIA	XM	F*XM	PORCENTAJE
21-30	15	25,5	382,5	52%
31-40	7	35,5	248,5	24%
41-50	5	45,5	227,5	17%
51-60	2	55,5	111	7%
TOTAL	29		969,5	100%
Media	33	PRECIO PROMEDIO		

Fuente: Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

GRAFICO N°22



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los oferentes reflejan mediante encuestas que el precio promedio de la venta de la camisa es de \$33.00 dólares. Con un porcentaje del 52% perteneciente al valor entre 21-30 dólares.

g. DISCUSION ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado tiene como finalidad la recolección de datos sobre la conducta de los demandantes: gustos, preferencias, cantidad de consumo, lugares de compra, y también para determinar el nivel de competencia en el mercado: número de productores, promedio de ventas, etc.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO GENERAL

Analizar el nivel de aceptación que tendrá la nueva sucursal de la Empresa Comercial IDENTIDAD, de la ciudad de Loja, en el año 2015.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Corroborar la presencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, ofreciendo un mejor servicio, mediante la apertura de una sucursal de la Empresa Identidad.

Establecer la demanda de camisas SLIM-FIT, para caballeros de la ciudad de Loja.

Conocer la oferta existente de camisas SLIM-FIT, en la ciudad de Loja y determinar la aceptación que esta tiene en el mercado.

PRODUCTO

IDENTIDAD ofrece camisas Slim-Fit para caballeros con diseños exclusivos y materiales de excelente calidad, este producto está destinado para la población masculina de la ciudad de Loja comprendidas entre las edades de 20 hasta 60 años.

PRODUCTO PRINCIPAL

El producto de uso que pretendemos vender se relaciona con la comercialización de prendas de vestir “Camisas Slim-Fit”, destinadas para la población masculina de la ciudad de Loja comprendidas entre las edades de 20 hasta 60 años.

El modelo a comercializarse será un diseño elegante y original, el cual reconoce las necesidades sociales de la moda, en colores modelos y texturas, estas prendas de vestir serán camisas manga larga, tendrá cuello camisero, y doble cuello con bolsillo en la parte delantera al lado izquierdo (opcional); demostrando elegancia y calidad. Las tallas más ofrecidas para cada unidad de producto serán tallas: pequeñas (S), medianas (M), largas (L) y extra largas (XL) y bajo pedido XXL.

IMAGEN N° 1 PRODUCTO



PRODUCTO SUSTITUTOS

Al tomar en cuenta que los niveles socioeconómicos que hay en la ciudad de Loja son algunos como baja, media-baja, media, media-alta, alta. Toman otras decisiones como el de adquirir productos sustitutos. Por tal motivo entre las opciones de adquisición que tienen los demandantes son:

- Camisetas
- Bbd
- Buzos

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Los productos complementarios son aquellos productos que le dan un valor agregado al producto principal.

- Chaquetas
- Abrigos

- Sweaters
- Chompas
- Chalecos
- Corbatas
- Bufandas

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El propósito que se persigue a través de este estudio es analizar cuantitativa y cualitativamente las demandas, así mismo conocer las perspectivas de evolución para los siguientes años. El volumen de producto se determina con relación al número de los demandantes de la población urbana de la ciudad de Loja, para luego proceder a realizar la proyección poblacional de los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO N° 25
TOTAL DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA

PARROQUIAS	POBLACIÓN 2010	PORCENTAJE
Sucre	69.388	40,40%
Sagrario	15.162	8,27%
El Valle	30.695	17,79%
San Sebastián	55.035	33,55%
TOTAL	170.280	100.00

Fuente: INEC “VI Censo de Población y VI de Vivienda 2010”
Elaboración: La Autora

DEMANDANTES

Los demandantes para la nueva unidad de servicio “SUCURSAL EMPRESA IDENTIDAD ” se considera a la población masculina de la ciudad de Loja comprendida entre el rango de edad de 20-60 años de edad, con un total de **42829 (año 2010)**, dado que estos son quienes acudirán al nuevo local adquieran el producto que esta comercializa.

**PROYECCIÓN DE LA POBLACION DE LA CIUDAD DE LOJA Y
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN MASCULINA DE 20-60 AÑOS DE EDAD
DE LA CIUDAD DE LOJA**

Formula de la proyección de la población

$$Pf = Po(1 + i)^n$$

PROCEDIMIENTO:

**CUADRO N° 26
PROCEDIMIENTO PROYECCIÓN**

PROYECCION DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA	PROYECCION DE LA POBLACIÓN MASCULINA DE 20-60 AÑOS DE EDAD DE LA CIUDAD DE LOJA
$P_{2015}=170.280*(1+0.0265)^5 = 194.070$	$P_{2015}=42.829*(1+0.0265)^5 = 48813$
$P_{2016}=170.280*(1+0.0265)^6 = 199.213$	$P_{2016}=42.829*(1+0.0265)^6 = 50106$
$P_{2017}=170.280*(1+0.0265)^7 = 204.492$	$P_{2017}=42.829*(1+0.0265)^7 = 51434$
$P_{2018}=170.280*(1+0.0265)^8 = 209.911$	$P_{2018}=42.829*(1+0.0265)^8 = 51434$
$P_{2019}=170.280*(1+0.0265)^9 = 215.474$	$P_{2019}=42.829*(1+0.0265)^9 = 54196$
$P_{2020}=170.280*(1+0.0265)^{10} = 221.184$	$P_{2020}=42.829*(1+0.0265)^{10} = 55632$

Fuente: INEC “VI Censo de Población y VI de Vivienda 2010”

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 27
TOTAL DE LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE
LOJA Y TOTAL PROYECCIÓN DE POBLACIÓN MASCULINA DE 20-60
AÑOS DE EDAD DE CIUDAD DE LOJA**

AÑOS	POBLACIÓN 2.65% 2010	PROYECCIÓN POBLACIÓN MASCUL. 20-60 AÑOS DE EDAD
0	194.070	48813
1	199.213	50106
2	204.492	51434
3	209.911	51434
4	215.474	54196
5	221.184	55632

Fuente: INEC datos 2010

Elaboración: La Autora

DEMANDA POTENCIAL

La Demanda Potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias.

Para el cálculo se considera la población en estudio que es de **48813** proyectados al año 2015 y la información sobre si prefieren la camisa Slim-Fit reflejada en el cuadro n°5 con un porcentaje del **81,63%**, por lo tanto los demandantes potenciales son **39846**.

CUADRO N° 28
DEMANDANTES POTENCIALES DE CAMISA

AÑO	HOMBRES DE 20-60 AÑOS CIUDAD LOJA	PREFIERE LA CAMISA SLIM-FIT	DEMANDANTES POTENCIALES
2015	48813	81,63%	39846

Fuente: Cuadro N°5 Encuestas aplicada a consumidores.

Elaboración: La Autora

PROYECCIÓN DE LOS DEMANDANTES

Para proyectar la población masculina de 20-60 años de la ciudad de Loja, en lo referente a la población de estudio se considera la tasa anual de crecimiento poblacional del **2,65%**. Los demandantes a proyectarse son la población masculina de 20-60 años de edad según el último censo realiza por el INEC en el año 2010 (**42829**). Su proyección se lo realiza mediante el siguiente formula:

En donde:

$$P_o = P(1+i)^n$$

$$P_{2014} = 42829 * (1 + 0.0265)^5$$

$$P_{2014} = 48813 \text{ hombres de 20-60 años del año 2015}$$

**CUADRO N° 29
PROYECCIÓN DE DEMANDANTES**

AÑO	POBLACIÓN	PREFIEREN CAMISA SLIM-FIT	DEMANDANTES	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA POTENCIAL
0	48813	81,63%	39846	6	239.076
1	50106	81,63%	40902	6	245.409
2	51434	81,63%	41986	6	251.913
3	52797	81,63%	43098	6	258.589
4	54196	81,63%	44240	6	265.441
5	55632	81,63%	45412	6	272.474

Fuente: Cuadro n°5 y Cuadro n° 7

Elaboración: La Autora

Para el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta los Demandantes que a su vez se multiplican por el consumo Per cápita perteneciente a 6 camisas anuales, promedio justificado en el cuadro n° 7.

DEMANDA REAL

Está determinada por la cantidad de personas que realmente comprarán la camisa en la Empresa Identidad.

Para fijar la demanda real se toma como referencia la información del cuadro N° 6, es decir el **64,31%**, que son quienes adquieren su camisa en la Empresa Identidad, del cual mediante una operación matemática da como resultado **153.750 demanda real.**

**CUADRO N° 30
DEMANDA REAL**

AÑOS	DEMANDAN POTENCIAL	UTILIZA CAMISA SLIM -FIT	DEMANDA REAL
0	239.076	64,31%	153.750
1	245.409	64,31%	157.823
2	251.913	64,31%	162.006
3	258.589	64,31%	166.299
4	265.441	64,31%	170.705
5	272.474	64,31%	175.228

Fuente: Cuadro n°6 y Cuadro n° 29

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

En la demanda efectiva encontramos las personas que seguidamente acudirán al nuevo local de la Empresa Identidad.

Para establecer la demanda efectiva se toma como referente los demandantes reales de cada año proyectado del **cuadro anterior n° 30**, luego se aplica el porcentaje de aceptación para abrirse la nueva sucursal, siendo del 73,50% información obtenida del cuadro n°12, obteniendo para el primer año, 113.006 **de la demanda efectiva.**

**CUADRO N° 31
DEMANDA EFECTIVA**

AÑOS	DEMANDA REAL	ACEPTACIÓN NUEVO PRODUCTO	DEMANDA EFECTIVA
0	153.750	73,50%	113.006
1	157.823	73,50%	116.000
2	162.006	73,50%	119.074
3	166.299	73,50%	122.230
4	170.705	73,50%	125.468
5	175.228	73,50%	128.793

Fuente: Cuadro n°12 y Cuadro n° 30

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

El propósito que persigue el análisis de la oferta es determinar las cantidades de bienes y servicios que los competidores están dispuestos a ubicar en el mercado.

En el mercado local de la ciudad de Loja tenemos según registros de la Cámara de Comercio 44 empresas (boutiques y almacenes) que comercializan camisas para hombres. Se incluyen dos comercializadoras que ofrecen camisería con variedad de marcas, calidad, precios y que van desde los \$ 30 dólares en adelante.

Mediante el estudio de campo podemos establecer que dos de las empresas que comercializan esta prenda de vestir “Almacén-Sastrería Manuel Chalan” y Covatex, confeccionan y comercializan camisas, esta producción la realizan mediante pedidos, tomando en cuenta que estos precios son elevados y van cerca de los \$40,00 dólares americanos.

El análisis en función a la competitividad de acuerdo a las entrevistas aplicadas a los oferentes tenemos un promedio de comercialización de 212 camisas anuales de cada empresa, y en su mayoría vendidas a un precio promedio de \$33 dólares cada camisa.

**CUADRO N° 32
RESUMEN DE PROYECCIÓN OFERTA DE CAMISAS**

OFERENTES	OFERTA INDIVIDUAL	OFERTA TOTAL
29	212	6148

Fuente: Cuadro N° 17

Elaboración: La Autora

Para obtener el porcentaje de la oferta proyectada realizamos el siguiente procedimiento. Tomando en cuenta el promedio venta de camisas 6148

$$\begin{array}{ccc} 113.00 & \nearrow & 100\% \\ 6148 & \searrow & X? \end{array}$$

$$\frac{6148 * 100}{13.006} = \frac{614800}{113.006} = 5,44\%$$

**CUADRO N° 33
RESUMEN DE PROYECCIÓN OFERTA DE CAMISAS**

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA 5,44%
0	113.006	6148
1	116.000	6311
2	119.074	6478
3	122.230	6650
4	125.468	6826
5	128.793	7007

Fuente: Cuadro N° 30

Elaboración: La Autora

BALANCE OFERTA DEMANDA

Una vez examinada la oferta y la demanda, se procede a cotejar los valores, cuando la demanda supera a la oferta existe demanda insatisfecha y cuando la oferta supera a la demanda se da superávit, es decir un servicio bien ofertado con características superiores a las que el mercado ofrece tendrá éxito en el mismo.

**CUADRO N° 34
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	113.006	6148	106.858
1	116.000	6311	109.689
2	119.074	6478	112.596
3	122.230	6650	115.580
4	125.468	6826	118.642
5	128.793	7007	121.786

Fuente: Cuadro n°30 y Cuadro n° 32

Elaboración: La Autora

Una vez obtenido los valores cuantitativos, entre la demanda y la oferta de la ciudad de Loja se determina que existe un superávit de demanda en unidades

por satisfacer, demostrando que el proyecto tiene oportunidades de tener éxito y rentabilidad en el mercado local, lo cual denota que la producción y comercialización de los mismos no cubre totalmente los requerimientos de los demandantes debido a sus precios elevados, poca variedad y originalidad de los diseños y por último los acabados de las prendas nacionales deben tener una mejor presentación para competir con empresas internacionales.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA APERTURA DE SUCURSAL EMPRESA IDENTIDAD

Para la construcción del presente plan, nos basamos en las encuestas realizadas a clientes; para brindar un mejor servicio y aprovechar los recursos y abarcar mayor mercado.

PRODUCTO

IMAGEN N°1



- ❖ Elaborar un paquete atractivo. Una caja resistente para que el producto se pueda mantener en excelente estado.
- ❖ Incluir diseños variados e innovadores que vayan en tendencia con la moda de los caballeros, ofreciendo al cliente opciones de compra.
- ❖ Brindar asesoramiento al cliente, para que se sienta satisfecho con su compra.
- ❖ En caso de arreglos serán entregados en un tiempo de 20 a 30 minutos como mínimo.
- ❖ Prestar servicio **POS-VENTA**.

El servicio que la empresa estaría dispuesto a ofertar es una camisa con diseño personalizado por el cliente, tratando de cumplir con su expectativa en el menor tiempo posible con garantías de calidad, con esto se busca fidelizar al cliente.

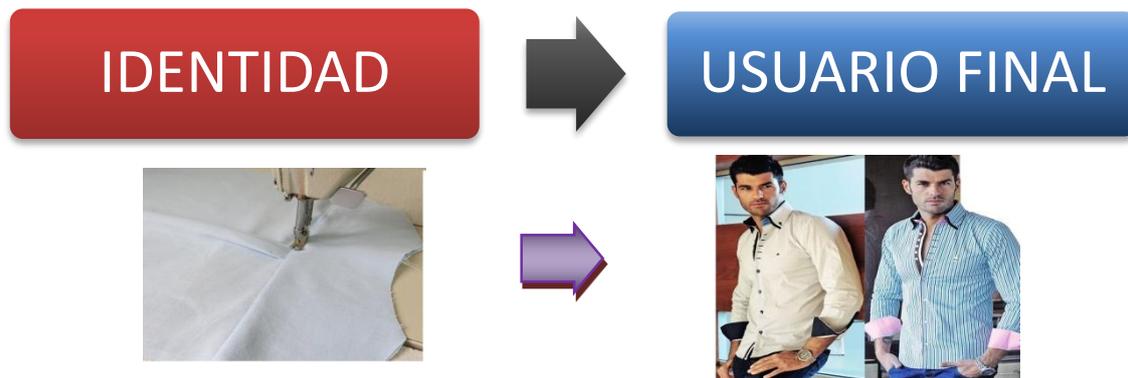
PRECIO

Mediante las encuestas realizadas podemos concluir que el factor determinante es el precio por lo tanto nuestros precios serían más bajos o iguales que la competencia sin afectar al rendimiento de la empresa.

- ❖ Se respetará las políticas de precios de la empresa principal.
- ❖ Establecer inicialmente precios bajos, para penetrar en un mercado cerrado y dominado por la competencia.
- ❖ El precio de la comercialización de la camisa será el mismo en caso de realizar compras con tarjeta de crédito.
- ❖ Los clientes obtendrán un descuento del 2% al realizar su compra en efectivo.

PLAZA

La empresa utilizara un canal de distribución:



- ❖ El producto será comercializado de forma directa es decir utilizará un canal corto, desde la producción de IDENTIDAD hasta la nueva sucursal, a fin de que sea un canal comercial de fácil acceso para el beneficiario final.
- ❖ Las camisas también se ofrecerán en internet mediante una página de red social.

PROMOCIÓN

A continuación se presenta el siguiente plan de lanzamiento:

- ❖ **Descuentos:** los dos primeros días de la apertura de la sucursal. (ya que los clientes apuntan por recibir descuentos al momento de realizar la compra)
- ❖ **Esferos Contramarcados:** se ofrecerán esferos con el nombre, teléfono y ubicación de la empresa por la compra del producto.
- ❖ **Calendarios Publicitarios:** se repartirán almanaques por la compra del producto, tomando en cuenta la información de la empresa en un lado y al reverso el calendario, al culminar el año.

PUBLICIDAD

La difusión de la nueva sucursal Identidad, se realizara mediante publicidad en Redes Sociales, Hojas Volantes en los cuales se dará a conocer, a los clientes la apertura de nuestra empresa.

- ❖ **HOJAS VOLANTES:** Se realizaran hojas volantes para repartir en las calles de la ciudad para dar a conocer el producto.

IMAGEN N° 2



Elaboración: La Autora

- ❖ **REDES SOCIALES:** Ahora en la actualidad con el fácil acceso de los jóvenes a las redes sociales se creará el anuncio de la nueva sucursal mediante las paginas sociales en las redes más conocidas como son: Facebook, Twitter y Google+ para dar a conocer todos los pormenores de los productos de la empresa.

IMAGEN N°3



ESTUDIO TÉCNICO

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para la apertura de la sucursal de la Empresa Identidad en la ciudad de Loja, para la población masculina comprendida entre los 20-60 años.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO DEL PROYECTO

Su incidencia establece la relación entre la capacidad de servicio que ofrece la empresa durante un periodo de funcionamiento, pero para establecer un criterio concreto sobre el tamaño; es necesario planificar el número de compradores que visitarán nuestro nuevo local.

CAPACIDAD INSTALADA DEL SERVICIO

La capacidad instalada es el nivel máximo de prestación de servicio que los trabajadores pueden generar de forma permanente. En nuestro caso se atenderán 3 clientes por hora durante las 12 horas del día que nos da un total de 36 clientes diarios multiplicado por los 365 días del año nos da un total de 13140 clientes de forma anual siendo esta la capacidad ideal para nuestro negocio de comercialización en la nueva sucursal de Identidad

CUADRO Nº 35
CAPACIDAD INSTALADA

Servicio x hora	Día	Servicio diario	Año	Servicio anual
3 clientes	12 horas	36 clientes	365 días	13140

Fuente: Datos Históricos Identidad
Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA DEL SERVICIO

Es el porcentaje que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las diferentes contingencias que se pueden presentar. La atención en la nueva sucursal Identidad será de 8 horas diarias que multiplicado por los 3 clientes que se atender por hora; nos da un total de 24 clientes al día, que multiplicado por los días laborables establecidos por la ley que son de 261, nos dan una atención anual de 6264 clientes.

**CUADRO N° 36
CAPACIDAD UTILIZADA**

Capacidad x hora	Día	Servicio diario	Año	Servicio anual
3 clientes	8 horas	24 clientes	261 días	6264

Fuente: Cuadro N° 33

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 37
% DE CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	% CAPACIDAD UTILIZADA
0			
1	13140	6264	47,67%
2	13140	6264	47,67%
3	13140	6264	47,67%
4	13140	6264	47,67%
5	13140	6264	47,67%

Fuente: Cuadro N° 35

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 38
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIPACION EN EL MERCADO
0	106.858	6264	5,86%
1	109.689	6264	5,71%
2	112.596	6264	5,56%
3	115.580	6264	5,42%
4	118.642	6264	5,28%
5	121.786	6264	5,14%

Fuente: Cuadro N° 34

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD DE RESERVA DEL SERVICIO

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento en la prestación del servicio.

CUADRO N° 39
CAPACIDAD DE RESERVA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD RESERVADA
1	13140	6264	6876
2	13140	6264	6876
3	13140	6264	6876
4	13140	6264	6876
5	13140	6264	6876

Fuente: Cuadro N° 37

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Es el capital humano que hace posible el eficiente funcionamiento de la empresa; lo que implica conocimiento claro de la actividad en la que se va a emprender.

CUADRO N°40
CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Área	Cargo	Requerimiento	Servicio	Costo Mensual (\$)	Costo Anual (\$)	Cantidad	Costo Total (\$)
Administración	Secretaría-Contadora	Contabilidad y Auditoría	Fijo	511,43	6137,16	1	6137,16

Fuente: La Tablita

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Este elemento nos sirve para identificar el lugar ideal para la implementación de la nueva sucursal de la Empresa Identidad. Para definir la localización de una empresa, es necesario determinar la macro y micro localización.

Para la ubicación de nuestra SUCURSAL IDENTIDAD hemos considerado algunos factores:

- ✓ **Componente Tecnológico:** Para la nueva sucursal serán indispensables equipos informáticos básicos.
- ✓ **Facilidad de acceso:** La empresa estará ubicada en las calles, Olmedo entre Colón y José Antonio Eguiguren, lugar adecuado de fácil acceso tanto para la venta del producto como para la facilidad de llegar de los empleados.
- ✓ **Servicios básicos:** la ciudad de Loja cuenta con los servicios como son luz eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono, e internet, lo que permitirá el desenvolvimiento óptimo de los empleados que conformaran la empresa.
- ✓ **Disponibilidad de mano de Obra:** Se relaciona con la mano de obra especializada, para el desempeño de las funciones requeridas por la empresa, lo que genera eficiencia y eficacia en el servicio.

**IMAGEN N° 4
CIUDAD DE LOJA**



Elaboración: La Autora

MICROLOCALIZACIÓN

En este punto se indica el lugar exacto en la cual la sucursal de la empresa IDENTIDAD, operara en el mercado local. Para ello se hace uso de planos urbanísticos.

- **Ciudad:** Loja
- **Parroquia:** El Sagrario
- **Dirección:** Olmedo entre Colón y J. Antonio Eguiguren.

**IMAGEN N° 5
MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**



Elaboración: La Autora

INGENIERIA DEL PROYECTO

El objetivo del presente estudio es dar solución a todo lo relacionado con instalaciones y funcionamiento de la planta indicando el respectivo proceso productivo así como el equipo con él se contará para prestar el servicio al cliente.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

Para concretar una venta de camisas de forma rápida y eficiente se requiere de equipos de computación y sistemas informáticos que permitan facilitar las actividades administrativas y de ventas entre la empresa matriz y la sucursal.

Estos son los siguientes:

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

COMPUTADOR PORTATIL

IMAGEN N° 6



Posee un microprocesador, La Memoria RAM, un dispositivo de almacenamiento magnético, dos puertos USB y un FireWire, La tarjeta de video, pantalla LCD, El teclado. El cual nos servirá para colocar el programa de facturación con el que contará la empresa.

IMPRESORA LASER EPSON

IMAGEN N° 7



Calidad de impresión, Velocidad de impresión, Cada cartucho de tinta contiene uno o más depósitos independientes de tinta.

DATAFAST

IMAGEN N° 8



Máquina de captura electrónica transacciones con tarjeta de crédito y débito son procesados electrónicamente a través de nuestro sistema. Nos servirá para

el cobro a los clientes que deseen diferir sus compras o realizarlo con dinero electrónico.

HERRAMIENTAS PARA LOCAL COMERCIAL

Es un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una actividad cualquiera sea esta.

PRECIADORA y ETIQUETADORA

IMAGEN N° 9



Es una pistola con aguja que sirve para poner precio Y etiquetar los diferentes productos ya sean estas sweater, camisas, camisetitas, etc.

ENSERES MENORES

MANIQUIES

IMAGEN N° 10



En muchas ocasiones es una figura articulada de tamaño natural usada específicamente para exhibir ropa en el escaparate o en el interior de un establecimiento comercial. Estos modelos nos servirán para exhibir las camisas a comercializar.

ARMADORES

IMAGEN N° 11



Gancho para la ropa es un dispositivo con la forma de los hombros humanos diseñado para facilitar colgar sobre todo, camisas, blusas o vestidos de ahí la cita famosa: “puedes colgar el pantalón, la camisa o el chaquetón”. Este nos servirá para colgar las camisas y exhibir nuestros productos.

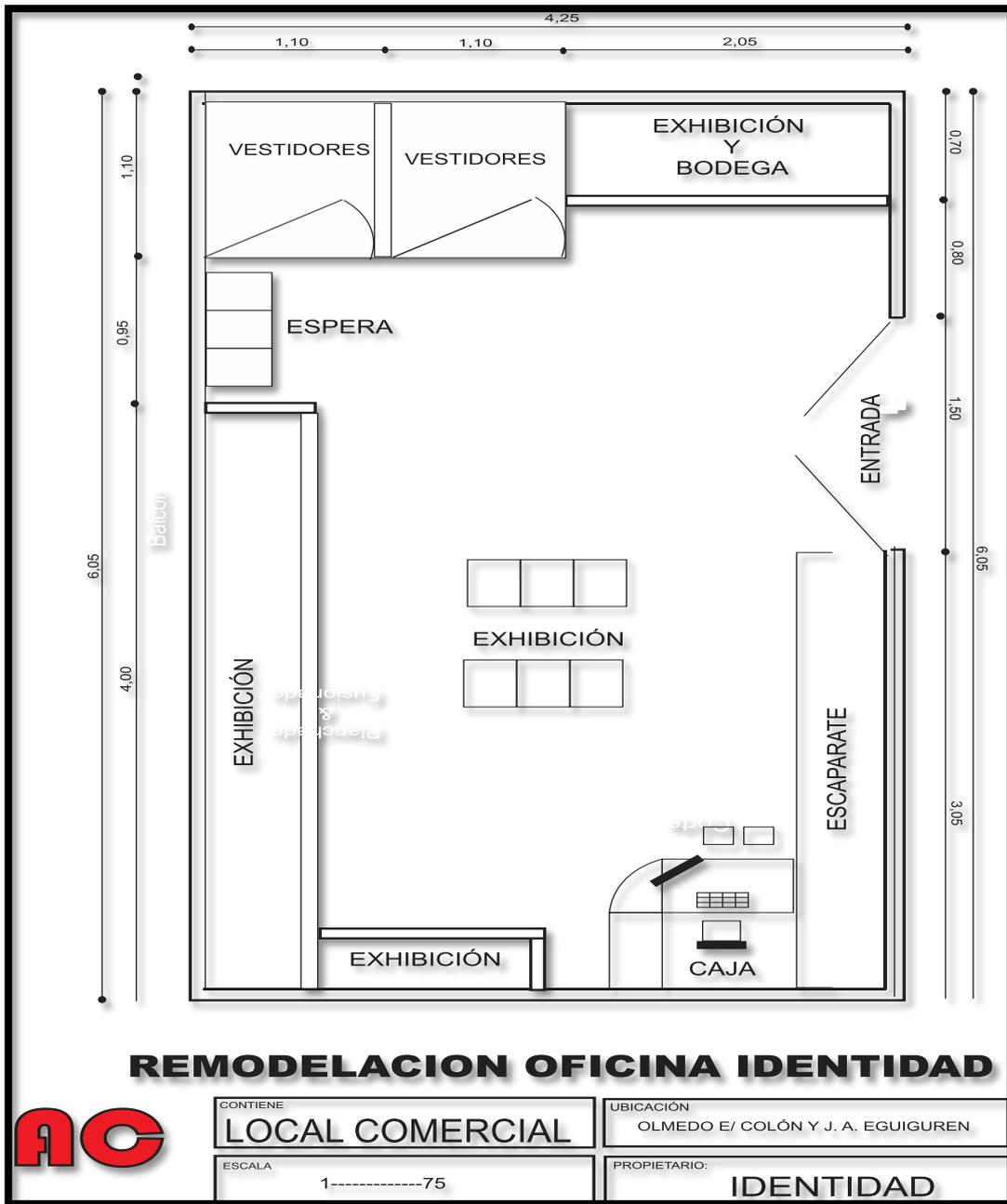
INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que la actividad se desarrolle efectivamente. Para este proyecto se arrendará el local comercial para realizar las respectivas adecuaciones.

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación.

IMAGEN N° 12



PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

En el caso de este proyecto, el proceso comienza con la dotación de mercadería, y el proceso del servicio de comercialización de camisas Slim-ft, implican una serie de acciones que empiezan desde la dotación de mercadería hasta la entrega del producto y seguimiento del cliente.

Proceso de Dotación de Mercadería

IMAGEN N° 13



La adquisición de mercadería se realiza considerando los requerimientos del consumidor. Para esto se realizará una orden de pedido al almacén matriz. Una vez recibida la mercadería se realizará la recepción en bodega de la sucursal, donde se organizará de acuerdo al espacio físico del local; y en el área de exhibición y venta.

Llegada del Cliente

IMAGEN N° 14



La recepción del cliente es uno de los elementos críticos entre otras, porque es el primer contacto visual que se tiene con el cliente que acude al local comercial. Ya sabemos que la primera impresión es la que cuenta por lo que generarle una buena impresión al cliente es fundamental.

Asesoría Al Cliente

IMAGEN N° 15



El personal de ventas previamente capacitado ofrecerá un asesoramiento sobre las características de diseño de las camisas que es de interés del cliente. La información a proporcionar también contendrá las políticas de precios, formas de pago, promociones vigentes.

Manejo De Objeciones

IMAGEN N° 16



El manejo de objeciones es una etapa del proceso de ventas en donde, luego de haber presentado un producto a un cliente potencial, se hace frente a las posibles objeciones que este pueda realizar.

Se Concreta La venta

IMAGEN N° 17



Si se llega a un acuerdo, es el momento de concretar: tramitar el pago, realizar la entrega, y cumplir todos los puntos establecidos. Es necesario no dejar caer la relación con el cliente en este momento, ya que las operaciones pueden fracasar si esta etapa no se conduce con precisión.

Se factura el Producto

IMAGEN N° 18



La información fundamental que aparece en una factura debe reflejar la entrega de un producto, junto a la fecha, además de indicar la cantidad a pagar en relación a existencias.

Se Empaca el producto

IMAGEN N° 19



El empaque es la envoltura de un producto que tiene la finalidad de contener, envolver y proteger el núcleo del producto, así como facilitar su manipulación, transporte y almacenamiento

Cobro, Entrega de Factura, Entrega de Producto al Cliente

IMAGEN N° 20



Se realiza el cobro del producto vendido este puede ser en efectivo o mediante tarjeta de crédito.

DISEÑO DEL PRODUCTO

IMAGEN N° 21



Una vez cumplido con todos los pasos del proceso de servicio en un tiempo de veinte minutos por atención al cliente, presentamos el producto que se comercializará.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE SERVICIO

El diagrama de flujo del proceso describe simbólicamente el proceso de elaboración del producto. La simbología que se utiliza en este diagrama es la siguiente:

SIMBOLOGÍA:

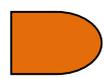
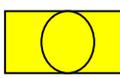
OPERACIÓN		Efectúa un cambio o transformación en algún componente, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos. Además es el método, acto, proceso o efecto a utilizar.
TRANSPORTE		Es el traslado de bienes de un lugar a otro. El transporte es una actividad fundamental que consiste en colocar los productos de importancia en el momento preciso y en el destino deseado.
ALMACENAMIENTO		Se refiere a almacenar los productos en un lugar adecuado, para que los mismos no se deterioren ni se dañen, y tengan mayor duración para su comercialización.
INSPECCIÓN		La inspección consiste en examinar, medir, contrastar o ensayar las características de calidad de un producto o servicio para determinar su conformidad con los requisitos especificados. También podemos entenderla la actividad de detectar características no conformes, para lo cual previamente debemos hacer un Análisis de Fallas .
DEMORA		Es el proceso en donde hay que esperar un turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
ACTIVIDAD COMBINADA		Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

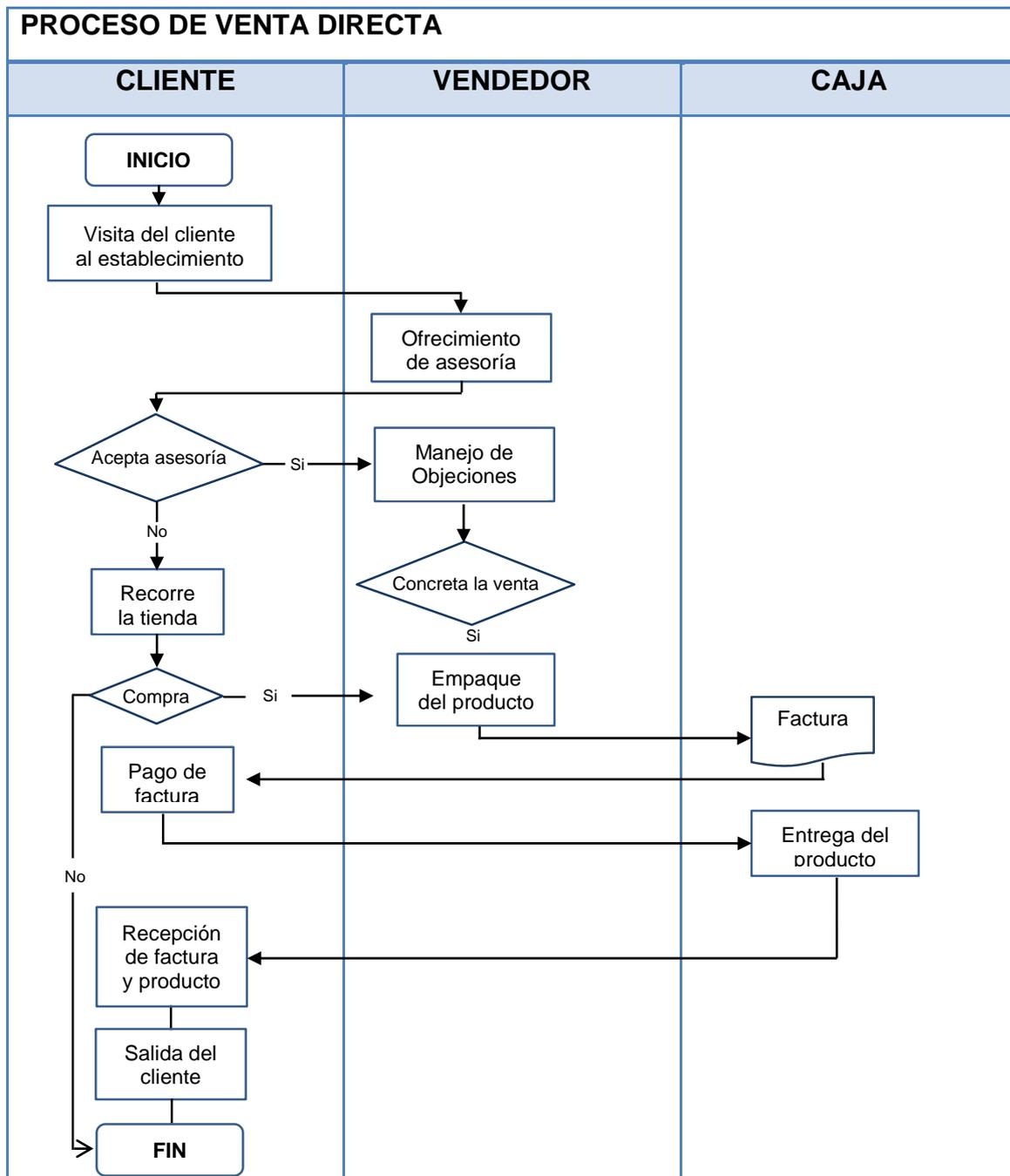
DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL PROCESO DE VENTA EN LA SUCURSAL DE LA EMPRESA IDENTIDAD

ORDEN	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO (ACTIVIDADES)	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN COMBINADA	DEMORA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO (MINUTOS)
1	Llegada del cliente					→		1m
2	Atención y Asesoramiento al cliente mostrando alternativas	●			◐			6m
3	Manejo de Objeciones	●			◐			3m
4	Se concreta la venta	●						2m
5	Se factura el producto			■				3m
6	Se empaca el producto	●						2m
7	Cobro, entrega de factura, entrega del producto	●						2m
8	Salida del Cliente					→		1m
TOTAL								20m

NOTA: EN EL PRESENTE DIAGRAMA DE FLUJO DESCRIBIMOS EL PROCESO QUE SE UTILIZARÁ PARA LA ATENCION DE LOS CLIENTES EN LA SUCURSAL IDENTIDAD, ES DECIR QUE PARA ATENDER A UN CLIENTE LO HAREMOS EN VEINTE MINUTOS; EN EL TRANCURSO DE LAS OCHO HORAS SE LOGRARÁ ATENDER A 24 CLIENTES POR DIA.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE VENTA EN LA SUCURSAL DE LA EMPRESA IDENTIDAD

Dentro del proceso de venta participan 2 áreas de la empresa junto al cliente, estos son Ventas y Caja. El proceso se inicia con la visita del cliente a la nueva sucursal Identidad y finaliza con la salida del mismo del establecimiento.



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

LA EMPRESA

“La empresa es toda razón social, creada y asentada en un lugar determinado con fines y objetivos claramente definidos, además se sirve con la ayuda de recursos humanos y económicos, mecanismos útiles para lograr obtener una ganancia o lucro” (Naranjo M., Derecho Mercantil y Societario, Segunda Edición. 2000.)

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El nombre o Razón Social se encuentra registrado en el Servicio de Rentas Internas (SRI), y es de “IDENTIDAD” Tienda de Ropa y Accesorios, cuyo logotipo es el siguiente:

IMAGEN N° 22



TIPO DE EMPRESA (Sector, Actividad)

La comercialización se encuentra en el sector terciario de servicios, puesto que el proyecto comprende la apertura de una sucursal que comercializa productos textiles como son las camisas para caballeros.

BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

VISIÓN

“Ser reconocida para el año 2018 a nivel local y provincial como una empresa líder en el Diseño, comercialización de camisas Slim-Fit para caballeros, garantizando productos de calidad con precios justos y accesibles y a su vez cumpliendo con los gustos y preferencias de nuestros clientes.”

MISIÓN

“Somos una empresa que diseña, confecciona y comercializa camisas de vestir Slim-Fit para caballeros en diversas tallas, estilos y colores, elaboradas bajo estrictos niveles de calidad, de acuerdo a la evolución de las necesidades del mercado actual. Contamos con un grupo humano competente enfocado a

alcanzar los objetivos de nuestra empresa y a satisfacer las necesidades y deseos de los caballeros de la ciudad de Loja.”

PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Los Principios se refieren a las normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta del individuo y/o del grupo de personas de un conjunto en común, los principios nos dan el ejemplo de cómo comportarnos y no son susceptibles de trasgresión o negociación.

- INNOVACIÓN
- LIDERAZGO
- CONFIABILIDAD
- FLEXIBILIDAD
- ACTITUD DE SERVICIO
- TRABAJO EN EQUIPO

VALORES CORPORATIVOS: Valores se entienden aquellas formas de ser y de actuar de las personas, que son altamente deseables como atributos o cualidades nuestras y de los demás, por cuanto posibilitan la construcción de una convivencia gratificante en el marco de la dignidad humana, los valores son aquellos que nos enseña a ser mejores personas en el mundo.

- EFICIENCIA
- ENTREGA
- CALIDAD
- RESPETO
- PUNTUALIDAD
- JUSTICIA
- DISCIPLINA

DISEÑO ORGANIZACIONAL

Para un eficiente y eficaz desempeño de las funciones y actividades es necesario contar con una estructura organizativa de manera que permita una buena comunicación y adecuado uso de los recursos. Para ello se establece los niveles jerárquicos.

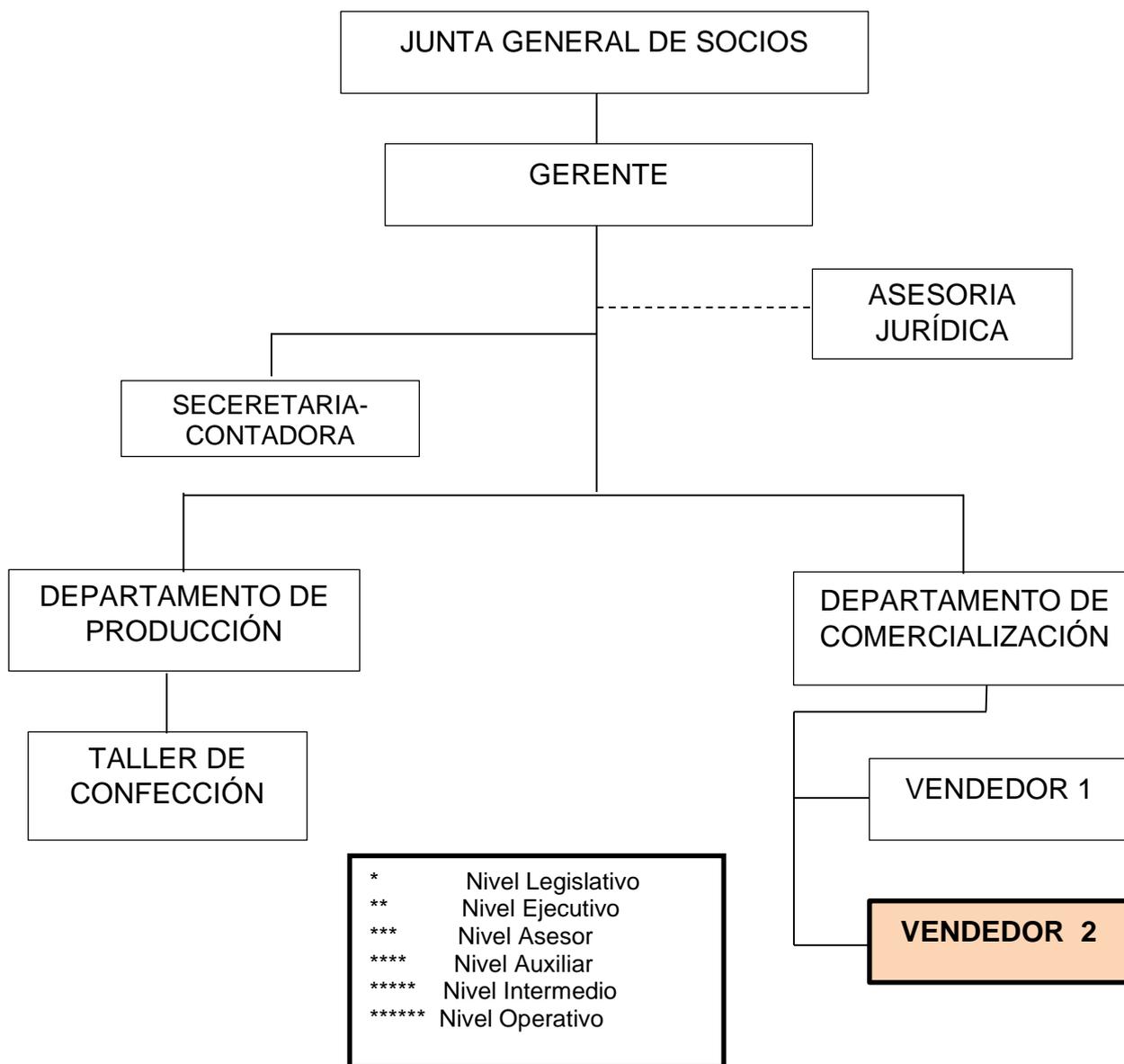
NIVELES JERARQUICOS: Los niveles jerárquicos lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posee, independientes de las funciones que realizan.

- **NIVEL LEGISLATIVO:** Representa el primer nivel de autoridad de la empresa, lo que constituye la Junta General de Socios, cuya función es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones.
- **NIVEL EJECUTIVO:** Es el segundo nivel de autoridad, constituido por el *Administrador* encargado de la toma de decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo autoridad para garantizar su cumplimiento.
- **NIVEL ASESOR:** La empresa tendrá un asesor en el área legal quien asesora al administrador. Este nivel será temporal porque se lo contratara de acuerdo a los requerimientos de la empresa.
- **NIVEL AUXILIAR:** Este nivel está integrado por la *Secretaria-Contadora* quien servirá de apoyo, la misma que coordinara las actividades con los demás niveles administrativos.
- **NIVEL INTERMEDIO:** En este nivel está integrado por la Jefe De Producción y Jefe de Comercialización, la cual está encargado de contratar el personal necesario, y ver por sus requerimientos.
- **NIVEL OPERATIVO:** Está integrado por los obreros y vendedores de la empresa los cuales serán los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

ORGANIGRAMAS: Son gráficos, líneas o símbolos que dan a conocer la estructura organizacional de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

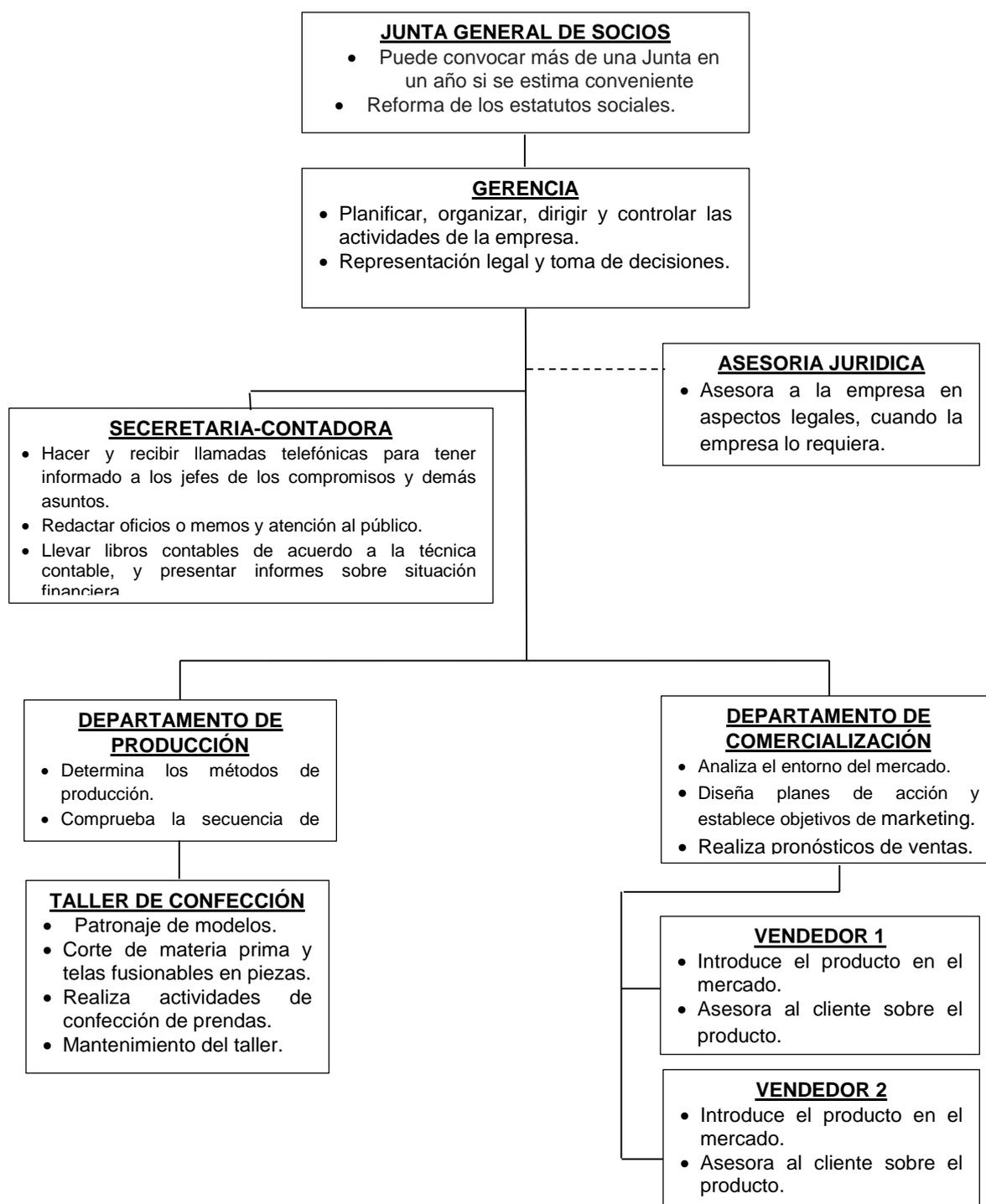
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA IDENTIDAD CÍA. LTDA.

Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, pudiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforman la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos



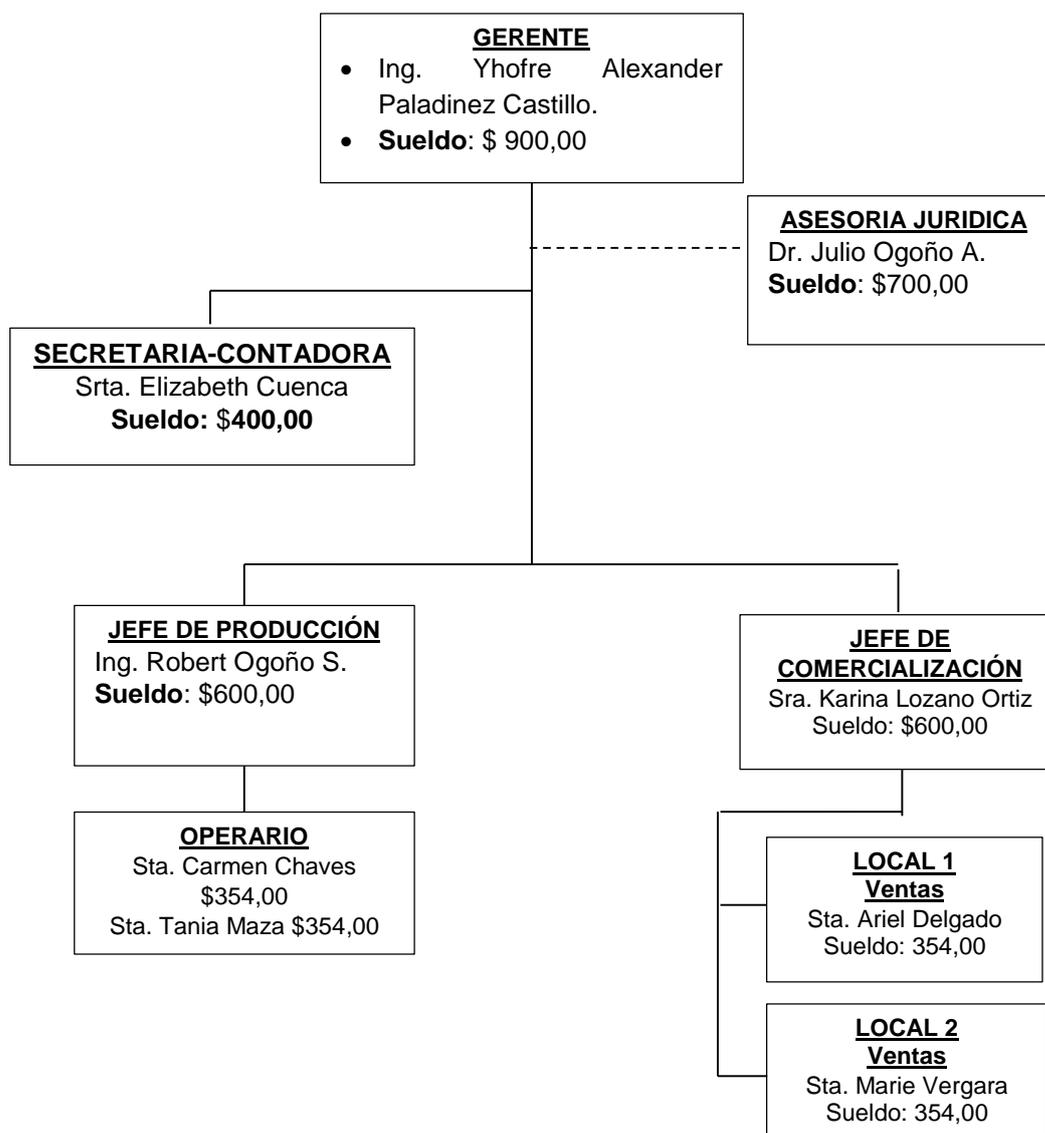
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA IDENTIDAD CÍA. LTDA.

Se representa o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa.



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA IDENTIDAD CÍA. LTDA.

Su principal objetivo es mostrar el número de empleados/trabajadores que laboraran en cada uno de los departamentos.



MANUAL DE FUNCIONES

Un manual de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una de la empresa.

MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE
CODIGO: 001
TITULO DEL PUESTO: Gerencia
NIVEL JERARQUICO: Ejecutivo
SUPERIOR INMEDIATO: Junta General de Socios.
SUPERVISA A: Secretaria, Departamento de Finanzas, Departamento de Producción y Departamento de Comercialización.
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha del Empacado a fin de lograr los objetivos propuestos de la empresa.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none">✓ Representación judicial y extrajudicial a la empresa.✓ Presentar a la Junta Directiva los planes que se requieran para desarrollar los programas de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptada.
CARACTERISTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">✓ Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.✓ Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none">✓ EDUCACIÓN: Poseer Título en: Administración de Empresas.✓ EXPERIENCIA: Tener 4 años en funciones similares.
ESFUERZO <ul style="list-style-type: none">✓ Esfuerzo Físico: No requiere esfuerzo físico✓ Esfuerzo mental: Requiere mayor concentración.
RIESGO: <ul style="list-style-type: none">✓ No está en riesgo.

MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURIDICO
CODIGO: 002
TITULO DEL PUESTO: Asesoría Jurídica
NIVEL JERARQUICO: Asesor
SUPERVISA A: Ninguno
NATURALEZA DEL TRABAJO: Atender los asuntos jurídicos legales, asesorando y prestando asistencia a la gestión de los órganos de la Alta Dirección.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesorar a los ejecutivos de la empresa sobre asuntos de carácter legal. ✓ Participar en las sesiones de la junta General de Socios. ✓ Redactar contratos, convenios, cartas de compromiso, poderes y demás documentos legales que requiera la empresa.
CARACTERISTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad por el manejo de información confidencial y por la oportunidad y calidad en la ejecución de las funciones asignadas.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ✓ EDUCACIÓN: Poseer Título Académico Profesional en: Derecho o Abogado. ✓ EXPERIENCIA: Tener 2 años en funciones similares.
ESFUERZO Esfuerzo Físico: No requiere esfuerzo físico Esfuerzo mental: Requiere mayor concentración.
RIESGO: No está en riesgo.

MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA
CODIGO: 003
TITULO DEL PUESTO: Secretaría
NIVEL JERARQUICO: Apoyo-Auxiliar
SUPERVISA A: Ninguno
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar actividades de apoyo secretarial y administrativa que conllevan un grado de responsabilidad y confidencialidad.
<p>FUNCIONES TIPICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar solicitudes, oficios, comunicaciones que le solicite el administrador. ✓ Tomar dictados taquigráficos, redactar documentos de acuerdo a instrucciones, así como mecanografiar o digitar los textos encargados. ✓ Permanece la mayor parte del tiempo en la oficina. ✓ Le corresponde trabajar la jornada laboral ordinaria, sin embargo cuando las necesidades del servicio así lo requieran debe trabajar fuera de la jornada ordinaria.
<p>CARACTERISTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo de mediana complejidad y dificultad de desempeño. ✓ No tiene a su cargo unidades dependientes. ✓ El trabajo requiere mediana responsabilidad por el manejo de bienes e informaciones de importancia
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ EDUCACIÓN: Título en Secretariado Ejecutivo Bilingüe ✓ EXPERIENCIA: Tener 2 años en funciones similares.
<p>ESFUERZO</p> <p>Esfuerzo Físico: No requiere esfuerzo físico</p> <p>Esfuerzo mental: Requiere mayor concentración.</p>
<p>RIESGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No está en riesgo.

MANUAL DE FUNCIONES DE LA CONTADORA
CÓDIGO: 005
TITULO DEL PUESTO: Contadora
NIVEL JERARQUICO: Operativo
SUPERIOR INMEDIATO: Jefe Financiero
SUPERVISA A: Ninguno
NATURALEZA DEL TRABAJO: Las funciones del Contador están determinadas por las normas y código de ética establecidos para el ejercicio de la profesión
<p>FUNCIONES TIPICAS:</p> <p>Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de la empresa.</p> <p>Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la Empresa.</p> <p>Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.</p>
<p>CARACTERISTICAS DE CLASE:</p> <p>Trabajo de considerable complejidad y dificultad de desempeño.</p> <p>El trabajo requiere mediana responsabilidad por el manejo de bienes e informaciones de importancia.</p> <p>Trabajo que conlleva relaciones de mediana importancia para la institución.</p>
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ EDUCACIÓN: Poseer Título de Licenciado(a) en Contabilidad ✓ EXPERIENCIA: Tener 2 año en funciones similares
<p>ESFUERZO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Esfuerzo Físico: No requiere esfuerzo físico ✓ Esfuerzo mental: Requiere mayor concentración.
<p>RIESGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No está en riesgo.

MANUAL DE FUNCIONES DEL VENDEDOR
CODIGO: 007
TITULO DEL PUESTO: Vendedor
NIVEL JERARQUICO: Operativo
SUPERIOR INMEDIATO: Gerente, Jefe de Comercialización
SUPERVISA A: ninguno
NATURALEZA DEL TRABAJO: Es responsable de brindar excelente servicio y cordial atención a los clientes de la empresa, con el objeto de lograr la satisfacción y lealtad de éstos.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recomendar y/o sugerir al cliente la compra de mercadería complementaria o adicional. ✓ Actuar con iniciativa ante exigencias o detalles de nuestros clientes, logrando su satisfacción.
CARACTERISTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Deben trabajar con iniciativa, motivación, lealtad institucional y disposición para el trabajo que se les encomienda. ✓ Les corresponde trabajar jornada mixta y alterna, fines de semana y días feriados, cuando las condiciones y necesidades del servicio así lo exijan, debe trabajar fuera de la jornada ordinaria.
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ✓ EDUCACIÓN: Mínimo Título de bachillerato ✓ EXPERIENCIA: Tener 1 año en funciones similares (OPCIONAL)
ESFUERZO <ul style="list-style-type: none"> ✓ Esfuerzo Físico: Requiere esfuerzo físico ✓ Esfuerzo mental: Requiere mayor concentración.
RIESGO: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Está en riesgo en caso de levantar demasiado peso.

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE PRODUCCION
CODIGO: 008
TITULO DEL PUESTO: Jefe Producción
NIVEL JERARQUICO: Operativo
SUPERIOR INMEDIATO: Gerencia
SUPERVISA A: Operarios
NATURALEZA DEL TRABAJO: Es el encargado de establecer y mantener programas de producción, sin perder de vista las necesidades y las condiciones económicas favorables que se obtienen con una programación adecuada.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad. ✓ Organización y seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que, individualmente, cumplen con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad. ✓ Tiene a su cargo, supervisa y controla las actividades de almacenaje, tanto de materias primas como de productos terminados, así como también su entrega a los clientes.
CARACTERISTICAS DE CLASE <ul style="list-style-type: none"> ✓ Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.
REQUISITOS MINIMOS: <ul style="list-style-type: none"> ✓ EDUCACIÓN: Formación universitaria de grado superior en: Conocimientos sobre sistemas de calidad, de productividad y de medio ambiente. ✓ EXPERIENCIA: Previa en puesto inferior o similar en una empresa.
RIESGO: No está en riesgo

ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

El presente estudio financiero se enfoca en la determinación de la gestión financiera en la vida que tendrá el proyecto. Este estudio toma como referente los requerimientos determinados en el estudio técnico. Los datos obtenidos en esta etapa son de vital importancia para la financiación y evaluación del proyecto.

El estudio financiero debe analizar básicamente los siguientes elementos:

1. Inversiones y financiamiento.
2. Determinación de costos.
3. Establecimiento de ingresos.
4. Estudios financieros preformados.
5. Determinación del punto de equilibrio.

INVERSIÓN

La inversión inicial comprende los activos fijos tangibles o intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

Las inversiones que tendrá el presente proyecto serán de tres tipos:

- Activos Fijos
- Activos Diferidos
- Activo Circulante o Capital de trabajo

ACTIVOS FIJOS

Estos bienes no son para comercializarse porque se constituyen en la razón de ser de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil. Ejemplos: terrenos, maquinaria y equipos, vehículos, herramientas, muebles.

INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS

La Empresa "IDENTIDAD", empleara herramientas como; una preciadoras, una etiquetadora que servirá para la comercialización de la camisa. El valor asciende a veinte y siete dólares, con 90/100 centavos de dólar.

**CUADRO N° 41
PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	PRECIADORA	\$ 12,00	\$ 12,00
1	ETIQUETADORA MANUAL	\$ 9,00	\$ 9,00
COSTO TOTAL			\$ 27,90

Fuente: Marcas y Etiquetas

Elaboración: La Autora

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

La Empresa utilizara muebles y enseres, los cuales permitirán facilitar las operaciones dentro de la oficina, entre estos tenemos; mesas, sillas, escritorios y archivador. El valor asciende a mil trescientos setenta y cuatro dólares.

**CUADRO N° 42
PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Archivador de madera	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Escritorio Normal 1,2m*1,3 m	\$ 99,00	\$ 99,00
1	Silla Giratoria	\$ 25,00	\$ 25,00
3	Muebles de Melaminico para Exhibición	\$ 350,00	\$ 1.050,00
1	Exhibidor Redondo Madera	\$ 120,00	\$ 120,00
COSTO TOTAL			\$ 1.374,00

Fuente: Office Center, Mobiliar

Elaboración: La Autora

INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA

Identidad, para llevar a cabo sus operaciones diarias, necesitara de un equipo de oficina que estará compuesto por un teléfono y una sumadora, para cada departamento equipos que se los utilizara para recibir pedidos del producto y realizar llamadas de negocios. El valor asciende a ciento cincuenta y cuatro dólares.

**CUADRO N° 43
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Teléfono Inalámbrico	\$ 85,00	\$ 85,00
1	Sumadora Casio	\$ 55,00	\$ 55,00
1	Grapadora	\$ 7,00	\$ 7,00
1	Perforadora	\$ 7,00	\$ 7,00
COSTO TOTAL			\$ 154,00

Fuente: Reforma y Audio Centro.

Elaboración: La Autora

INVERSIÓN EN EQUIPO DE CÓMPUTO

La Empresa utilizará una computadora más implementos, la cual permitirá facturar los productos de venta de manera eficaz, y un DATAFAST, que le apoyará al vendedor en las ventas con tarjeta de crédito o débito. El presupuesto asciende a mil doscientos cincuenta dólares.

**CUADRO N° 44
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTO**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Computadora de Escritorio, Disco Duro de 500 Gb + Procesador Intel i3 3,8Hz	\$ 680,00	\$ 680,00
1	Equipo Datafast	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Impresoras Multifunción Canon Mp 230 (Tinta continuo)	\$ 120,00	\$ 120,00
COSTO TOTAL			\$ 1.250,00

Fuente: Sysconet

Elaboración: La Autora

ENSERES MENORES

En los enseres menores se detallan todos aquellos que no se requieren depreciar por el bajo costo de adquisición. Estos ascienden a Seiscientos cincuenta dólares.

**CUADRO N° 45
PRESUPUESTO DE ENSERES MENORES**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	MANIQUIES	\$ 115,00	\$ 230,00
1000	ARMADORES DE MADERA	\$ 0,35	\$ 350,00
COSTO TOTAL			\$ 580,00

Fuente: Maniqués Latacunga

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

A continuación detallamos lo activos Fijos totales:

**CUADRO N° 46
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR
HERRAMIENTAS	\$ 27,90
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.374,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 178,00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 1.250,00
ENCERES MENORES	\$ 580,00
TOTAL MENSUAL	\$ 3.409,90
TOTAL ANUAL	\$ 40.818,80

Fuente: Cuadro N° 41, 42, 43, 44, y 45

Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Representan gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros. Son gastos que no ocurren de manera recurrente

ADECUACIONES

Define el valor de las adecuaciones que se implementarán en la sucursal de IDENTIDAD, valor que asciende a mil ciento cincuenta y cinco dólares.

**CUADRO N° 47
ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad de Medida	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Área De Ventas y Exhibición	30	m2	\$ 30,00	\$ 900,00
Probadores de 1,5m Cada uno	3	m2	\$ 30,00	\$ 90,00
Bodega	4	m2	\$ 30,00	\$ 120,00
Servicios Higiénicos	1,5	m2	\$ 30,00	\$ 45,00
TOTAL	38,5	m2		\$ 1.155,00

FUENTE: Información propia a partir de la investigación de campo (GYPSUM)

ELABORACIÓN: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

**CUADRO N° 48
RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio Preliminar	\$ 500,00
Permiso de Funcionamiento (Bomberos)	\$ 20,00
Licencia de Software	\$ 500,00
Línea Telefónica	\$ 90,00
Extintor	\$ 35,00
Botiquín	\$ 25,00
Patentes Municipal	\$ 60,00
Adecuación de Local	\$ 1.155,00
TOTAL MENSUAL	\$ 2.385,00

Fuente: Cuadro N° 46

Elaboración: La Autora

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo son todos aquellos activos corrientes requeridos para la operación normal del proyecto durante la vida de funcionamiento.

Cabe señalar que el capital de operación se determinará para el primer mes de funcionamiento de la empresa.

IMPREVISTOS

En todo presupuesto, por más cuidadoso que haya sido realizado, existirá siempre un margen de error, por ello es conveniente incluir un rubro de imprevistos. Para el presente proyecto se utiliza el 5 %.

COSTO PRIMO

Son los costos de los elementos que intervienen directamente en el proceso de producción, así:

MATERIA PRIMA DIRECTA: Son los materiales y suministros que intervienen directamente en el proceso de comercialización, que para este caso particular, la materia prima directa será las camisas Slim-Fit.

Para ello nos basamos en la capacidad Utilizada de la Empresa que es de un total de 6.264 clientes para lo cual se necesita las camisas, el precio de compra de las camisas sería de \$19,00 dólares lo que nos da un total de Mensual de \$9.918,00 dólares y un total Anual de \$119.016,00 dólares.

CUADRO N° 49
PRESUPUESTO DE M.P.D.(INVENTARIO DE MERCADERÍA)

COMPONENTE	CAPACIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	COSTO MENSUAL
Camisas Slim-Fit	6264,00	\$ 19,00	\$ 9.918,00
COSTO ANUAL			\$ 119.016,00

Fuente: Estudio Técnico, Cuadro N°36 (Capacidad Utilizada)

Elaboración: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos del departamento de administración son aquellos que surgen de la operación de un conjunto de actividades necesarias para ejercer el control administrativo de la empresa. Por lo tanto los gastos administrativos son todas

las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como: consumo telefónico, útiles de oficina, útiles de aseo entre otros.

SUELDO ADMINISTRATIVO

**CUADRO N° 50
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVA**

COMPONENTE	SECRETARIA-CONTADORA
Remuneración Básica	\$ 400,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 33,33
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 29,50
Aporte Patronal 12,15%	\$ 48,60
SUBTOTAL	\$ 511,43
Número de Empleados	1
Total Mensual	\$ 511,43
Total Anual	\$ 6.137,16

Fuente: Tablita de Sueldos y Salarios

Elaboración: La Autora

ENERGÍA ELECTRICA: Es primordial, y ello incluye el consumo que se efectúa en el área administrativa por un total aproximado de 110 kW al mes; por lo tanto se tienen una tarifa mensual de \$ 22,00 dólares.

**CUADRO N° 51
PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Energía Eléctrica	KW/H	\$ 0,20	110	\$ 22,00
COSTO MENSUAL				\$ 22,00
COSTO ANUAL				\$ 264,00

Fuente: EERSSA

Elaboración: Los Autores

AGUA POTABLE: Es complementario en el área del servicio general; y, de acuerdo a la estimación de la Empresa Municipal del Agua Potable, se requiere 40m³ al mes, a un costo mensual de \$ 12 dólares.

**CUADRO Nº 52
PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Agua Potable	m3	\$ 0,30	40	\$ 12,00
COSTO MENSUAL				\$ 12,00
COSTO ANUAL				\$ 144,00

Fuente: UMAPAL

Elaboración: *La Autora*

SERVICIO TELÉFONICO: Para servicio telefónico que será utilizado en la empresa tanto el área de producción como en la administración, se estima una tarifa básica de \$ 12.00 mensuales.

**CUADRO Nº 53
PRESUPUESTO DE SERVICIO TELEFONICO**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Servicio Telefónico	Minutos	\$ 0,10	120	\$ 12,00
COSTO MENSUAL				\$ 12,00
COSTO ANUAL				\$ 144,00

Fuente: CNT

Elaboración: *La Autora*

INTERNET: Este servicio lo utilizamos para la conexión entre el local principal y la nueva sucursal. Para ello se pagará una tarifa básica de veinte y nueve dólares con 90/100 centavos de dólar.

**CUADRO Nº 54
PRESUPUESTO DE SERVICIO DE INTERNET**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Servicio Internet 3,5	Mega Bits	\$ 29,90	1	\$ 29,90
COSTO MENSUAL				\$ 29,90
COSTO ANUAL				\$ 358,80

Fuente: Nettplus

Elaboración: *La Autora*

ARRIENDO: El arriendo es el alquiler de un local, en donde se podrá comercializar las camisas. Esto a cambio de una paga mensual de treientos cincuenta dólares.

**CUADRO Nº 55
PRESUPUESTO DE ARRIENDO**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arriendo	Mensual	\$ 350,00	\$ 350,00
COSTO MENSUAL			\$ 350,00
COSTO ANUAL			\$ 4.200,00

Fuente: Canon Arrendamiento Municipio de Loja

Elaboración: La Autora

ÚTILES DE OFICINA: Son los útiles indispensables que la Empresa "IDENTIDAD" Cía. Ltda., utilizará dentro de sus oficinas, ya que ayudarán a organizar los diferentes documentos, entre estos tenemos: resmas de papel bond, tinta para impresora, esferográficos, etc. Lo que suma un total mensual de dieciocho dólares con 15/100 centavos de dólar.

**CUADRO Nº 56
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Hojas Papel Bond	Resmas	\$ 3,00	1	\$ 3,00
Esferográficos	Docena	\$ 2,50	1	\$ 2,50
Borradores	Unidad	\$ 0,25	1	\$ 0,25
Grapas	Caja	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Lápiz	Unidad	\$ 0,30	2	\$ 0,60
Corrector	Unidad	\$ 0,50	1	\$ 0,50
Carpetas	Unidad	\$ 0,60	3	\$ 1,80
Tintas para impresora	Refil	\$ 8,00	1	\$ 8,00
COSTO MENSUAL				\$ 18,15
COSTO ANUAL				\$ 217,80

Fuente: Gráficas Santiago, Sysconet

Elaboración: La Autora

ÚTILES DE ASEO: Son utensilios utilizados para la limpieza y el mantenimiento del local. Los principales suministros de aseo que se utilizara son los siguientes; escobas, detergente, desinfectante, etc.

**CUADRO Nº 57
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Trapeadores	Unidad	\$ 1,70	1	\$ 1,70
Escobas	Unidad	\$ 2,50	1	\$ 2,50
Papel Profiláctico	Docena	\$ 3,00	1	\$ 3,00
Desinfectantes	Galón	\$ 5,50	1	\$ 5,50
Franelas	Unidad	\$ 1,00	1	\$ 1,00
Detergente	1000 Kg	\$ 4,30	1	\$ 4,30
Jabón Líquido	Galón	\$ 5,00	1	\$ 5,00
Recogedor de Basura	Unidad	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Cestos de Basura	Unidad	\$ 3,00	1	\$ 3,00
COSTO MENSUAL				\$ 27,50
COSTO ANUAL				\$ 330,00

Fuente: ROMAR, Autoservicio GALTOR

Elaboración: *La Autora*

GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta comprenden los costos de nómina (salarios), en los que han incurrido o va a incurrir la empresa.

ROL DE PAGOS PARA EL PERSONAL DE VENTAS: Se detalla todos los ingresos y los descuentos de los empleados de la empresa. Dentro del rol de pagos para el personal de ventas tenemos un vendedor, que son de gran importancia para el crecimiento de la empresa, puesto que son los encargados de comercializar el producto. El monto mensual es de cuatrocientos cincuenta y seis dólares con 01/100 centavos de dólar.

**CUADRO Nº 58
SUELDO Y SALARIO DEL VENDEDOR**

COMPONENTE	VALOR
Remuneración Básica	\$ 354,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 29,50
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 29,50
Aporte Patronal 12,15%	\$ 43,01
SUBTOTAL	\$ 456,01
Numero de vendedores	1
Total Mensual	\$ 456,01
Total Anual	\$ 5.472,12

Fuente: MRL, IESS

Elaboración: La Autora

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN: La publicidad radica en el empleo de recursos (medios y mensajes) realizados por la empresa para informar o persuadir a los consumidores o usuarios sobre las características de la misma, sus productos, sus precios y sus canales de distribución. El valor es de cincuenta y cinco dólares mensuales.

**CUADRO Nº 59
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Hojas Volantes	Millar	\$ 55,00	1	\$ 55,00
COSTO MENSUAL				\$ 55,00
COSTO ANUAL				\$ 660,00

Fuente: Diseño Tres

Elaboración: La Autora

MATERIAL DE EMPAQUE: El empaque es un medio para proteger la mercancía. Los empaques necesitan ventilación y además tienen que ser lo suficientemente fuertes para evitar compresiones. El costo mensual del material de empaque es de ciento ocho dólares con 20/100 centavos de dólar.

**CUADRO N° 60
PRESUPUESTO DE MATERIAL DE EMPAQUE**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Fundas	Ciento	\$ 2,00	3	\$ 6,00
Etiqueta de Cartón	Unidad	\$ 0,10	522	\$ 52,20
Cinta Decorativa	Rollo (25 Metros)	\$ 5,00	10	\$ 50,00
COSTO MENSUAL				\$ 108,20
COSTO ANUAL				\$ 1.298,40

Fuente: Marcas y Etiquetas y Capacidad Utilizada Cuadro N° 36

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTE

A continuación detallamos lo activos circulantes totales para el primer mes:

**CUADRO N° 61
RESUMEN DE INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO(1 MES)**

RUBRO	PARCIAL	TOTAL MENSUAL
COSTO PRIMO		\$ 9.918
Materia Prima Directa (camisas)	\$ 9.918	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 982,98
Sueldos y Salarios	\$ 511,43	
Energía Eléctrica	\$ 22,00	
Agua Potable	\$ 12,00	
Servicio Telefónico	\$ 12,00	
Internet	\$ 29,90	
Arriendo	\$ 350,00	
Útiles de Oficina	\$ 18,15	
Útiles de Aseo	\$ 27,50	
GASTOS DE VENTAS		\$ 619,21
Sueldos y Salarios (Vendedor)	\$ 456,01	
Publicidad	\$ 55,00	
Material de Empaque	\$ 108,20	
Imprevistos 5%	\$ 576,01	\$ 576,01
TOTAL	\$ 12.096,20	\$ 12.096,20

Fuente: Cuadro N° 48 AL 59

Elaboración: La Autora

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES DETALLADAS

**CUADRO N° 62
RESUMEN DE INVERSIONES TOTALES**

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL	VALOR ANUAL
ACTIVOS FIJOS		\$ 3.409,90	
Herramientas	\$ 27,90		
Muebles y Enseres	\$ 1.374,00		
Equipo de Oficina	\$ 178,00		
Equipo de Computo	\$ 1.250,00		
Enseres Menores	\$ 580,00		
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 2.385,00	
Estudio Preliminar	\$ 500,00		
Permiso de Funcionamiento (Bomberos)	\$ 20,00		
Licencia de Software	\$ 500,00		
Línea Telefónica	\$ 90,00		
Extintor	\$ 35,00		
Botiquín	\$ 25,00		
Patentes Municipal	\$ 60,00		
Adecuación de Local	\$ 1.155,00		
ACTIVO CIRCULANTE		\$ 12.096,20	
COSTO PRIMO	\$ 9.918		\$ 119.016
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 982,98		\$ 11.795,76
GASTOS DE VENTAS	\$ 619,21		\$ 7.430,52
Imprevistos 5%	\$ 576,01		\$ 6.912,11
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 17.891,10	\$ 145.154,39

Fuente: Cuadro N° 46, 47, 60

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE INVERSIONES

**CUADRO N° 63
RESUMEN DE INVERSIÓN**

ACTIVOS	VALOR
FIJOS	\$ 3.409,90
DIFERIDOS	\$ 2.385,00
CIRCULANTE	\$ 12.096,20
TOTAL	\$ 17.891,10

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

El proyecto hará uso de las fuentes internas (capital propio) y externas (instituciones financieras) los mismos que se detalla a continuación:

FUENTES INTERNAS

El 66% del total de la inversión que corresponde a **\$ 11.891,10** dólares americanos serán financiados por la Empresa Identidad.

FUENTES EXTERNAS

Luego de haber realizado un análisis en las instituciones financieras se procedió a establecer la más conveniente para solicitar el préstamo la misma que fue el Banco Nacional del Fomento (BNF) ya que es el organismo que otorga créditos con un interés bajo en el mercado; el crédito que se requiere para financiar al proyecto con el BNF constituirá el **34%** de la inversión monto que corresponde a **\$6000** dólares americanos a 5 años plazo.

**CUADRO N° 64
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL INTERNO	\$ 11.891,10	66%
CAPITAL EXTERNO	\$ 6.000,00	34%
TOTAL	\$ 17.891,10	100%

Fuente: Empresa Identidad, B.N.F.

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE COSTOS

El proceso comercialización en la nueva sucursal de la Empresa Identidad, comprenden una serie de costos y gastos. El objetivo de presupuestar es de poder establecer costo de comercialización.

DEPRECIACIONES

Es el desgaste físico de todos los bienes que posee la empresa y que hayan sido utilizados para la producción u otro tipo de actividades.

CUADRO N° 65
CUADRO DE PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN

BIENES A DEPRECIARSE		
BIEN	AÑOS DE VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
Herramientas	5	20%
Muebles y Enseres	10	10%
Equipo de Oficina	10	10%
Equipo de Computo	3	33%

Fuente: Servicio De Rentas Internas

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS: Los herramientas sufrirán depreciaciones, es decir se desgastaran dependiendo del nivel de comercialización que realicen durante su vida útil, por lo cual tendrán que ser reemplazados.

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES: Los muebles y enseres, sufrirán depreciaciones, es decir se desgastaran, y al final necesitaran ser reemplazados, esto con la finalidad de seguir adelante con las actividades de la empresa.

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA: El equipo de oficina, sufrirá deterioro o desgaste, dependiendo del uso que le de la empresa, por lo tanto

tendrá una vida útil de 10 años, y por ello es necesario cambiarlo con el objetivo que sea de gran utilidad dentro de la empresa.

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO: El equipo de computación al igual que los demás activos fijos, sufren depreciaciones, ya que se desgatan por la utilidad que se les da, es por ello que tienen una vida útil de 3 años, y deben cambiarse constantemente para que se pueda seguir realizando normalmente las actividades dentro de la empresa.

**CUADRO N° 66
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS**

Bien	Valor	Vida Útil	% Depreciación	Deprec. Anual	V/Residual
Herramientas	\$ 27,90	5	20%	\$ 5,58	\$ 0,00
Muebles y Enseres	\$ 1.374,00	10	10%	\$ 137,40	\$ 687,00
Equipo de Oficina	\$ 178,00	10	10%	\$ 17,80	\$ 89,00
Equipo de Computo	\$ 1.250,00	3	33%	\$ 412,50	\$ 12,50

Fuente: Cuadro N° 46

Elaboración: La Autora

EXPLICACIÓN: (En este caso el proyecto se realiza para cinco años, en caso de que se realice para 10 años se continua con el mismo año de vida útil)

EXPLICACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

V/Residual= $V/Total - (Depr. Anual * Años)$
 $V/Residual = 1.374 - (137,40 * 5)$
 $V/Residual = 1.374 - 687,00$
 $V/Residual = 687,00$

EXPLICACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO

V/Residual= $V/Total - (Depr. Anual * Años)$
 $V/Residual = 1.250 - (412,50 * 3)$
 $V/Residual = 1.250,00 - 1237,5$
 $V/Residual = 12,50$

REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Como el equipo de cómputo se deprecia en 3 años, significa que en el año 4, se tendrá que reinvertir en este bien, para calcular el valor del mismo se tomó

como base la tasa de inflación del 4,55%, finalmente calculamos nuevamente la depreciación, así:

**CUADRO N° 67
DEPRECIACIÓN DE REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN
PARA EL AÑO 4**

Bien	Valor	Tasa de Infl.	V/Reinversión	TOTAL
Equipo de Computo	\$ 1.250,00	13,65%	\$ 170,63	\$ 1.420,63

Fuente: Cuadro n# 65 e Inflación año 2015 (4,55%) para los tres años

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 68
DEPRECIACION DE REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO**

Bien	Valor	Vida Útil	% Deprec.	Deprec. Anual	Valor Residual
Equipo de Computo	\$ 1.420,63	3	33%	\$ 468,81	\$ 14,21

Fuente: Cuadro n# 66

Elaboración: La Autora

COSTO DEL SERVICIO

Están dados por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos.

**CUADRO N° 69
RESUMEN COSTOS DEL SERVICIO**

DESCRIPCIÓN	V/TOTAL
Materia Prima Directa (Camisas)	\$ 9.918
Depreciación de Herramientas	\$ 5,58
TOTAL	\$ 9.923,58

Fuente: Cuadro N° 61,62

Elaboración: La Autora

COSTOS OPERATIVOS.- Comprende los gastos administrativos, financieros, de venta y otros no especificados.

GASTOS ADMINISTRATIVOS.- Son desembolsos o gastos que se generan en el Departamento Administrativo con la finalidad de llevar a cabo las funciones de forma efectiva. Ejemplo: arriendo, Servicios Básicos etc.

**CUADRO N° 70
RESUMEN GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

DESCRIPCIÓN	V/TOTAL
Sueldos y Salarios	\$ 6.137,16
Energía Eléctrica	\$ 264,00
Agua Potable	\$ 144,00
Servicio Telefónico	\$ 144,00
Internet	\$ 358,80
Gasto de Arriendo	\$ 4.200,00
Útiles de Oficina	\$ 217,80
Útiles de Aseo	\$ 330,00
Depreciación de M. y Enseres	\$ 137,40
Depreciación de E. de Oficina	\$ 17,80
Depreciación de E. de Computo	\$ 412,50
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.363,46

Fuente: Cuadro N° 61, 65
Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTA

Bajo este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por el concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto, entre estos tenemos: Propaganda, comisión a vendedores, arriendo etc.

**CUADRO N° 71
RESUMEN GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	V/TOTAL
Sueldos y Salarios Vendedor	\$ 5.472,12
Publicidad	\$ 660,00
Material de Empaque	\$ 1.298,40
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$ 7.430,52

Fuente: Cuadro N°61, 65
Elaboración: La Autora

GASTOS FINANCIEROS.- Se incluye bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisión bancaria, etc.

OTROS GASTOS.- Dentro de este rubro se considera a la amortización de activos diferidos ya que este rubro no significa egreso o salida de dinero en efectivo sino que se va amortizando año a año de acuerdo a lo que establece la ley que es de 5 años.

AMORTIZACIONES

Este rubro se lo determina para los años de vida útil del proyecto, teniendo un valor de \$ **2.385,00** dólares esto para los 5 años, nos da un valor de \$ 477,00 dólares. Este cuadro se lo representa a continuación:

$$AD = \frac{\varepsilon AD}{5 \text{ AÑOS}}$$

**CUADRO N° 74
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS AMORTIZACIÓN	VALOR ANUAL
ACTIVO DIFERIDO	\$ 2.385,00	5 Años	\$ 477,00

Fuente: Cuadro N° 62

Elaboración: La Autora

COSTO TOTAL DEL SERVICIO

La determinación del costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se considera ciertos elementos entre los que tenemos el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos.

SIMBOLOGÍA

C.T.P.= Costo Total de Producción

C.P.= Costo Primo

C.I.F.= Costo Indirecto de Fabricación

G.A.= Gasto Administrativo

G.V.= Gasto de Ventas

G.F.= Gastos Financieros

O.G.= Otros Gastos

En nuestro caso tenemos:

CTP.= C.P.+C.I.F.+G.A+G.V.+G.F.+O.G.

CTP. = \$ 119.016+0+\$ 11.795,76+7.430,52+304,00+477,00

CTP= \$139023,28

COSTO UNITARIO DEL SERVICIO

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción o el costo unitario del servicio, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas; o el número de veces que se atenderá al cliente, durante el periodo, en este caso tenemos:

$$CUP = \frac{\varepsilon \text{ TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN}}{\# \text{ DE UNIDADES PRODUCIDAS}}$$

$$CUP = \frac{139.023,28}{6264} = \$22$$

PRESUPUESTO PROFORMADO

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en los que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. Este es el instrumento clave para planear y controlar.

CUADRO Nº 75
PRESUPUESTO PROFORMADO O PROYECTADO 5% TASA DE INFLACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa (MERCADERÍAS)	119016	124967	131215	137776	144665
Depreciación de Herramientas	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58
TOTAL COSTO DE SERVICIO	\$ 119.021,58	\$ 124.972,38	\$ 131.220,72	\$ 137.781,48	\$ 144.670,27
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y Salarios	\$ 6.137,16	\$ 6.444,02	\$ 6.766,22	\$ 7.104,53	\$ 7.459,76
Energía Eléctrica de Administración	\$ 264,00	\$ 277,20	\$ 291,06	\$ 305,61	\$ 320,89
Agua Potable de Administración	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
Servicio Telefónico	\$ 144,00	\$ 151,20	\$ 158,76	\$ 166,70	\$ 175,03
Internet	\$ 358,80	\$ 376,74	\$ 395,58	\$ 415,36	\$ 436,12
Gasto de Arriendo	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
Útiles de Oficina	\$ 217,80	\$ 228,69	\$ 240,12	\$ 252,13	\$ 264,74
Útiles de Aseo	\$ 330,00	\$ 346,50	\$ 363,83	\$ 382,02	\$ 401,12
Depreciación de M. y Enseres	\$ 137,40	\$ 137,40	\$ 137,40	\$ 137,40	\$ 137,40
Depreciación de E. de Oficina	\$ 17,80	\$ 17,80	\$ 17,80	\$ 17,80	\$ 17,80
Depreciación de E. de Computo	\$ 412,50	\$ 412,50	\$ 412,50	\$ 468,81	\$ 468,81
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIV.	\$ 12.363,46	\$ 12.953,25	\$ 13.572,53	\$ 14.279,07	\$ 14.961,83
GASTOS DE VENTAS					
Sueldos y Salarios Vendedor	\$ 5.472,12	\$ 5.745,73	\$ 6.033,01	\$ 6.334,66	\$ 6.651,40
Publicidad	\$ 660,00	\$ 693,00	\$ 727,65	\$ 764,03	\$ 802,23
Material de Empaque	\$ 1.298,40	\$ 1.363,32	\$ 1.431,49	\$ 1.503,06	\$ 1.578,21
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 7.430,52	\$ 7.802,05	\$ 8.192,15	\$ 8.601,76	\$ 9.031,84
GASTOS FINANCIEROS					
Interés por Préstamo	\$ 304,00	\$ 240,00	\$ 176,00	\$ 112,00	\$ 48,00
OTROS GASTOS					
Amortización de Activos Diferid	\$ 477,00	\$ 477,00	\$ 477,00	\$ 477,00	\$ 477,00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 20.574,98	\$ 21.472,29	\$ 22.417,67	\$ 23.469,83	\$ 24.518,67
REINVERSION EQ. DE COMPUTACIÓN				\$ 1.420,63	
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	\$ 139.596,56	\$ 146.444,67	\$ 153.638,39	\$ 162.671,93	\$ 169.188,94
# CLIENTES SE ATENDERÁ	6264	6264	6264	6264	6264
Costo Unitario del Servicio con camisa	\$ 22,29	\$ 23,38	\$ 24,53	\$ 25,97	\$ 27,01

Fuente: Cuadro Nº 61

Elaboración: La Autora

NOTA ACLARATORÍA: La inflación del año 2015 es del 4,55% según el Banco Central del Ecuador, para proyectar el presupuesto se lo hará con el 5%

dejando un margen debido a la inestabilidad económica en nuestro país, además el costo del servicio reflejado en el presupuesto pro formado ya incluye la camisa Slim-Fit.

En caso de querer determinar solamente el valor del servicio lo haríamos de la siguiente manera obteniendo el valor del servicio que sería de \$3,29 para el primer año.

DESCRIPCIÓN Y EXPLICACIÓN DEL SERVICIO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	\$ 139.596,56	\$ 146.444,67	\$ 153.638,39	\$ 162.671,93	\$ 169.188,94
NUMERO DE PERSONAS A ATENDER	6264	6264	6264	6264	6264
COSTO DEL SERVICIO CON CAMISA	\$ 22,29	\$ 23,38	\$ 24,53	\$ 25,97	\$ 27,01
COSTO UNITARIO DE LA CAMISA (-)	\$ 19	\$ 19,95	\$ 20,95	\$ 21,99	\$ 23,09
COSTO DEL SERVICIO SIN CAMISA	\$ 3,29	\$ 3,43	\$ 3,58	\$ 3,97	\$ 3,92

Fuente: Cuadro N° 49, 74

Elaboración: La Autora

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

El precio de venta es el valor del servicio que se venden a los clientes, y va incluido en las camisas al momento de realizar la venta.

El precio de venta es igual al costo total del servicio más el margen de utilidad a ganar.

$$P.V.P. = COSTO.UNITARIO.PRODUCCIÓN + MARGEN.DE.UTILIDAD$$

En este caso para la empresa se ha determinado para el primer año un 22% de margen de utilidad y el cual se mantendrá durante la vida útil de la empresa.

**CUADRO N° 76
ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS**

AÑOS	COSTO T. SERVICIO	UND SERVICIO	C.U.P.	P. UND VENTA	INGRESO TOTAL
1	\$ 139.596,56	6.264	\$ 22,29	27	\$ 170.307,80
2	\$ 146.444,67	6.264	\$ 23,38	29	\$ 178.662,50
3	\$ 153.638,39	6.264	\$ 24,53	30	\$ 187.438,84
4	\$ 162.671,93	6.264	\$ 25,97	32	\$ 198.459,76
5	\$ 169.188,94	6.264	\$ 27,01	33	\$ 206.410,51

Fuente: Cuadro N° 74

Elaboración: *La Autora*

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Son considerados como la suma de esfuerzos y de recursos, para lo cual se necesita la fuerza del hombre, con el fin de lograr los objetivos previstos por la Empresa "IDENTIDAD" Cía. Ltda.; por lo tanto hemos clasificado los costos en fijos y variables, los cuales facilitaran cualquier análisis que se pretenda realizar.

- ✦ **Costos fijos:** Son aquellos costos cuyo importe permanece constante independiente del nivel de actividad que realice la empresa, entre estos tenemos; mano de obra indirecta, útiles de aseo, suministros de producción, depreciaciones, amortizaciones, etc.
- ✦ **Costos variables:** Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad que presente la Empresa "IDENTIDAD" Cía. Ltda.

CUADRO N° 77
CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTO		COSTO		COSTO		COSTO		COSTO	
COSTO PRIMO	FIJO	VARIABLE								
Materia Prima Directa (MERCADERÍAS)		119016		124967		131215		137776		144665
Depreciación de Herramientas	\$ 5,58		\$ 5,58		\$ 5,58		\$ 5,58		\$ 5,58	
TOTAL COSTO DE SERVICIO	5,58	\$ 119.016,00	5,58	\$ 124.966,80	5,58	\$ 131.215,14	5,58	\$ 137.775,90	5,58	\$ 144.664,69
COSTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y Salarios	\$ 6.137,16		\$ 6.444,02		\$ 6.766,22		\$ 7.104,53		\$ 7.459,76	
Energía Eléctrica de Administración	\$ 264,00		\$ 277,20		\$ 291,06		\$ 305,61		\$ 320,89	
Agua Potable de Administración	\$ 144,00		\$ 151,20		\$ 158,76		\$ 166,70		\$ 175,03	
Servicio Telefónico	\$ 144,00		\$ 151,20		\$ 158,76		\$ 166,70		\$ 175,03	
Internet	\$ 358,80		\$ 376,74		\$ 395,58		\$ 415,36		\$ 436,12	
Gasto de Arriendo	\$ 4.200,00		\$ 4.410,00		\$ 4.630,50		\$ 4.862,03		\$ 5.105,13	
Útiles de Oficina	\$ 217,80		\$ 228,69		\$ 240,12		\$ 252,13		\$ 264,74	
Útiles de Aseo	\$ 330,00		\$ 346,50		\$ 363,83		\$ 382,02		\$ 401,12	
Depreciación de M. y Enseres	\$ 137,40		\$ 137,40		\$ 137,40		\$ 137,40		\$ 137,40	
Depreciación de E. de Oficina	\$ 17,80		\$ 17,80		\$ 17,80		\$ 17,80		\$ 17,80	
Depreciación de E. de Computo	\$ 412,50		\$ 412,50		\$ 412,50		\$ 468,81		\$ 468,81	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.363,46		\$ 12.953,25		\$ 13.572,53		\$ 14.279,07		\$ 14.961,83	
GASTOS DE VENTAS										

Sueldos y Salarios Vendedor	\$ 5.472,12		\$ 5.745,73		\$ 6.033,01		\$ 6.334,66		\$ 6.651,40	
Publicidad	\$ 660,00		\$ 693,00		\$ 727,65		\$ 764,03		\$ 802,23	
Material de Empaque		\$ 1.298,40		\$ 1.363,32		\$ 1.431,49		\$ 1.503,06		\$ 1.578,21
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 6.132,12	\$ 1.298,40	\$ 6.438,73	\$ 1.363,32	\$ 6.760,66	\$ 1.431,49	\$ 7.098,70	\$ 1.503,06	\$ 7.453,63	\$ 1.578,21
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por Préstamo	\$ 304,00		\$ 240,00		\$ 176,00		\$ 112,00		\$ 48,00	
OTROS GASTOS										
Amortización de Activos Diferidos	\$ 477,00		\$ 477,00		\$ 477,00		\$ 477,00		\$ 477,00	
	\$		\$		\$		\$		\$	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	19.276,58	\$ 1.298,40	20.108,97	\$ 1.363,32	20.986,19	\$ 1.431,49	21.966,77	\$ 1.503,06	22.940,46	\$ 1.578,21
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	\$ 19.282,16	\$ 120.314,40	\$ 20.114,55	\$ 126.330,12	\$ 20.991,77	\$ 132.646,63	\$ 21.972,35	\$ 139.278,96	\$ 22.946,04	\$ 146.242,91
TOTAL	\$ 139.596,56		\$ 146.444,67		\$ 153.638,39		\$ 161.251,31		\$ 169.188,94	

Fuente: Cuadro N° 74

Elaboración: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Estado de pérdidas y ganancias también llamado “*Estado de Resultados*” nos indica la proyección de los ingresos y deducciones y nos representa cual es la utilidad o perdida que se ha obtenido durante un determinado periodo de tiempo, cuyos resultados sirven para la toma de decisiones que permite conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

Los **INGRESOS** están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos y los **EGRESOS** se forma por la sumatoria del costo de producción más el costo de operación.

CUADRO N°78
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	\$ 170.307,80	\$ 178.662,50	\$ 187.438,84	\$ 198.459,76	\$ 206.410,51
+ Otros Ingresos					
+ Valor Residual			\$ 12,50		\$ 790,21
TOTAL DE INGRESOS	\$ 170.307,80	\$ 178.662,50	\$ 187.438,84	\$ 198.459,76	\$ 207.200,72
2. EGRESOS					
(-) Costo del servicio	\$ 119.021,58	\$ 124.972,38	\$ 131.220,72	\$ 137.781,48	\$ 144.670,27
(-) Costos Operativos	\$ 20.574,98	\$ 21.472,29	\$ 22.417,67	\$ 23.469,83	\$ 24.518,67
TOTAL EGRESOS	\$ 139.596,56	\$ 146.444,67	\$ 153.638,39	\$ 161.251,31	\$ 169.188,94
(=I-E) UTILIDAD GRAVABLE	\$ 30.711,24	\$ 32.217,83	\$ 33.800,45	\$ 37.208,45	\$ 38.011,77
(-) 15% Utilidad Trabajador	\$ 4.606,69	\$ 4.832,67	\$ 5.070,07	\$ 5.581,27	\$ 5.701,77
(=) Utilidad antes del Imp. Renta	\$ 26.104,56	\$ 27.385,15	\$ 28.730,38	\$ 31.627,18	\$ 32.310,01
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 6.526,14	\$ 6.846,29	\$ 7.182,59	\$ 7.906,80	\$ 8.077,50
(=) Utilidad Neta	\$ 19.578,42	\$ 20.538,87	\$ 21.547,78	\$ 23.720,39	\$ 24.232,51
(-) 10% Reserva Legal	\$ 1.957,84	\$ 2.053,89	\$ 2.154,78	\$ 2.372,04	\$ 2.423,25
(=) UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 17.620,58	\$ 18.484,98	\$ 19.393,01	\$ 21.348,35	\$ 21.809,25

Fuente: Cuadro N 74, 75

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta financiera que permite a la Empresa, determinar el momento en el cual sus ventas cubrirán exactamente los costos, además permitirá dar a conocer si la empresa está ganando o perdiendo, dependiendo si el cliente adquiere o no el producto (camisa) elaborado.

- **Función a las Ventas:** Este punto es de gran importancia, ya que es una herramienta que permite determinar el volumen mínimo de ventas que la Empresa, debe realizar, con el fin de no perder, y así la empresa pueda tener un capital económico estable adecuado a sus necesidades.
- **Capacidad Instalada:** Se basa en la capacidad de la planta determinando el porcentaje al que se debe trabajar, generando ventas para cubrir los costos.
- **Función de la producción:** Aquí la Empresa "IDENTIDAD" Cía. Ltda., debe tomar en cuenta cuantas unidades debe adquirir de camisas Slim-fit, con el objetivo que no exista un desequilibrio económico dentro de la empresa.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1 MÉTODO MATEMÁTICO

DATOS:

CF: \$ 19.282,16

CV: \$ 120.314,40

CT: \$ 139.596,56

VT: \$ 170.307,80

FORMULAS:

PE en Función de Ventas:

$$P.E = \frac{C.F.}{1 - \left(\frac{C.V.}{V.T.}\right)}$$

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 19.282,16}{1 - \left(\frac{\$ 120.314,40}{\$ 170.307,80}\right)} = \frac{\$ 19.282,16}{1 - 0.706453} = \frac{\$ 19.282,16}{0,293547}$$

P.E = \$ 65.686,79 Dólares

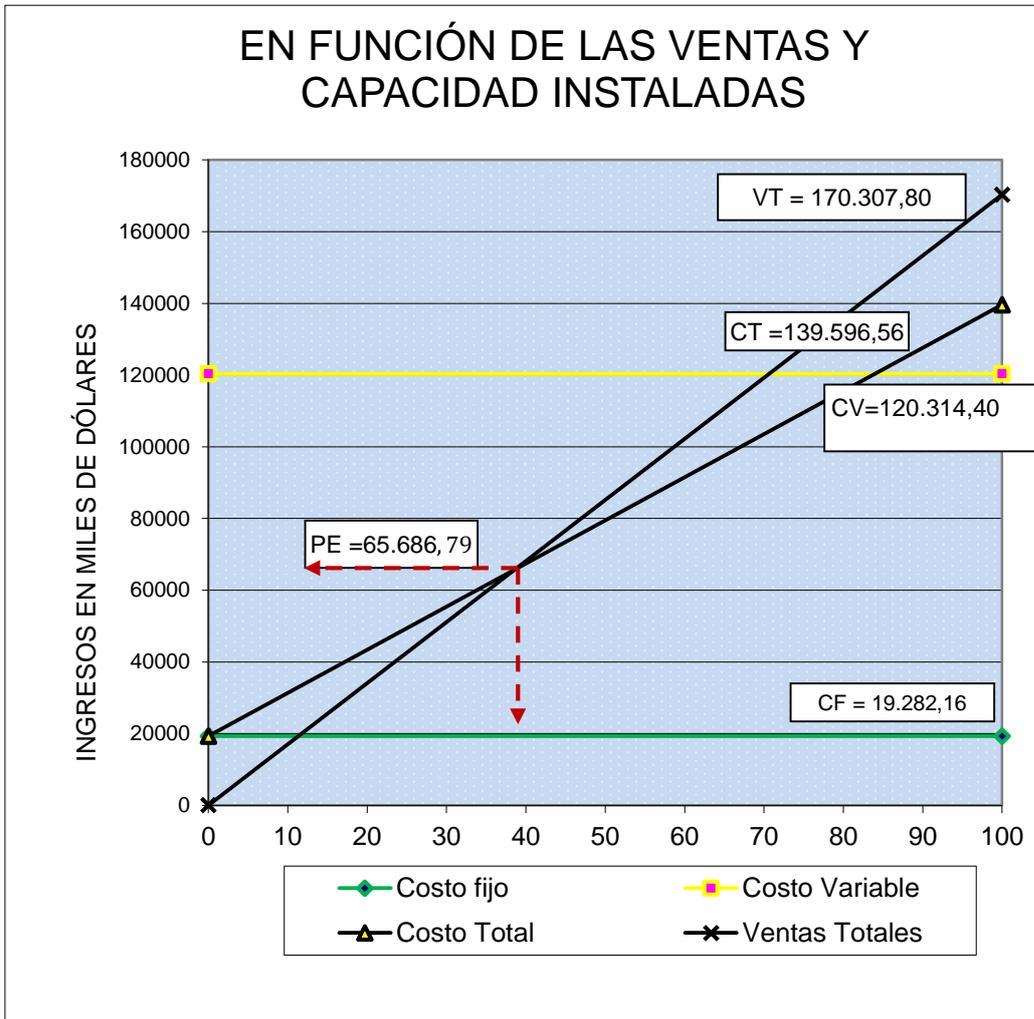
Fórmula para capacidad instalada:

$$P.E = \frac{C.F.}{V.T. - C.V.} \times 100$$

$$P.E = \frac{19.282,16}{\$ 170.307,80 - \$ 120.314,40} \times 100 = \frac{19.282,16}{49993,4} \times 100 = 0,385694 \times 100$$

P.E = 38,57%

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1
GRAFICO N° 23**



En la gráfica se observa, que la sucursal de Identidad en su primer año de vida útil en función a las ventas tendrá que adjudicar un total de \$65.686,79 dólares; utilizando su capacidad instalada del 38,57%, encontrándose en un punto de equilibrio donde no obtendrá ni pérdida ni ganancia.

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3
MÉTODO MATEMÁTICO**

DATOS:

CF: \$ 20.991,77

CV: \$ 132.646,63

CT: \$ 153.638,39

VT: \$ 187.438,84

FORMULAS:

PE en Función de Ventas:

$$P.E = \frac{C.F.}{1 - \left(\frac{C.V.}{V.T.}\right)}$$

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 20.991,77}{1 - \left(\frac{\$132.646,63}{\$ 187.438,84}\right)} = \frac{\$ 20.991,77}{1 - (0,7076795)} = \frac{\$ 20.991,77}{0,292320471}$$

P.E = \$ 71.810,81 Dólares

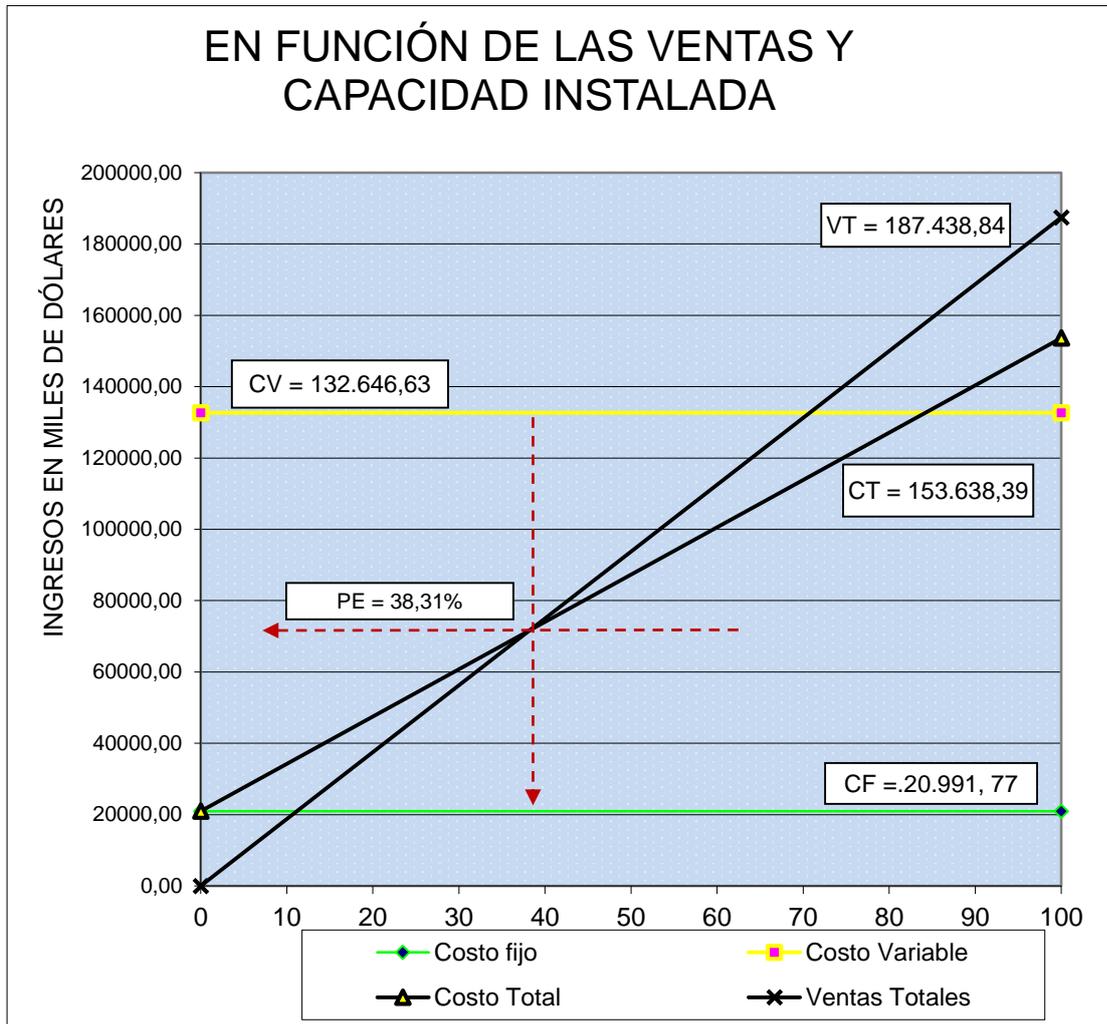
Fórmula para capacidad instalada:

$$P.E = \frac{C.F.}{V.T. - C.V.} \times 100$$

$$P.E = \frac{20.991,77}{\$ 187.438,84 - \$ 132.646,63} \times 100 = \frac{20.991,77}{54.792,21} \times 100 = 0,38312 \times 100$$

P.E = 38,31%

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3
GRAFICO N° 24**



En la gráfica se observa, que la sucursal de Identidad en su tercer año de vida útil en función a las ventas tendrá que adjudicar un total de \$71.810,81 dólares; utilizando su capacidad instalada del 38,31%, encontrándose en un punto de equilibrio donde no obtendrá ni pérdida ni ganancia.

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5
MÉTODO MATEMÁTICO**

DATOS:

CF: \$ 22.946,04

CV: \$ 146.242,91

CT: \$ 60.827,47

VT: \$ 206.410,51

FORMULAS:

PE en Función de Ventas:

$$P.E = \frac{C.F.}{1 - \left(\frac{C.V.}{V.T.}\right)}$$

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 22.946,04}{1 - \left(\frac{\$ 146.242,91}{\$ 206.410,51}\right)} = \frac{\$ 22.946,04}{1 - (0,7085052)} = \frac{\$ 22.946,04}{0,2914948}$$

P.E = \$ 78.718,51

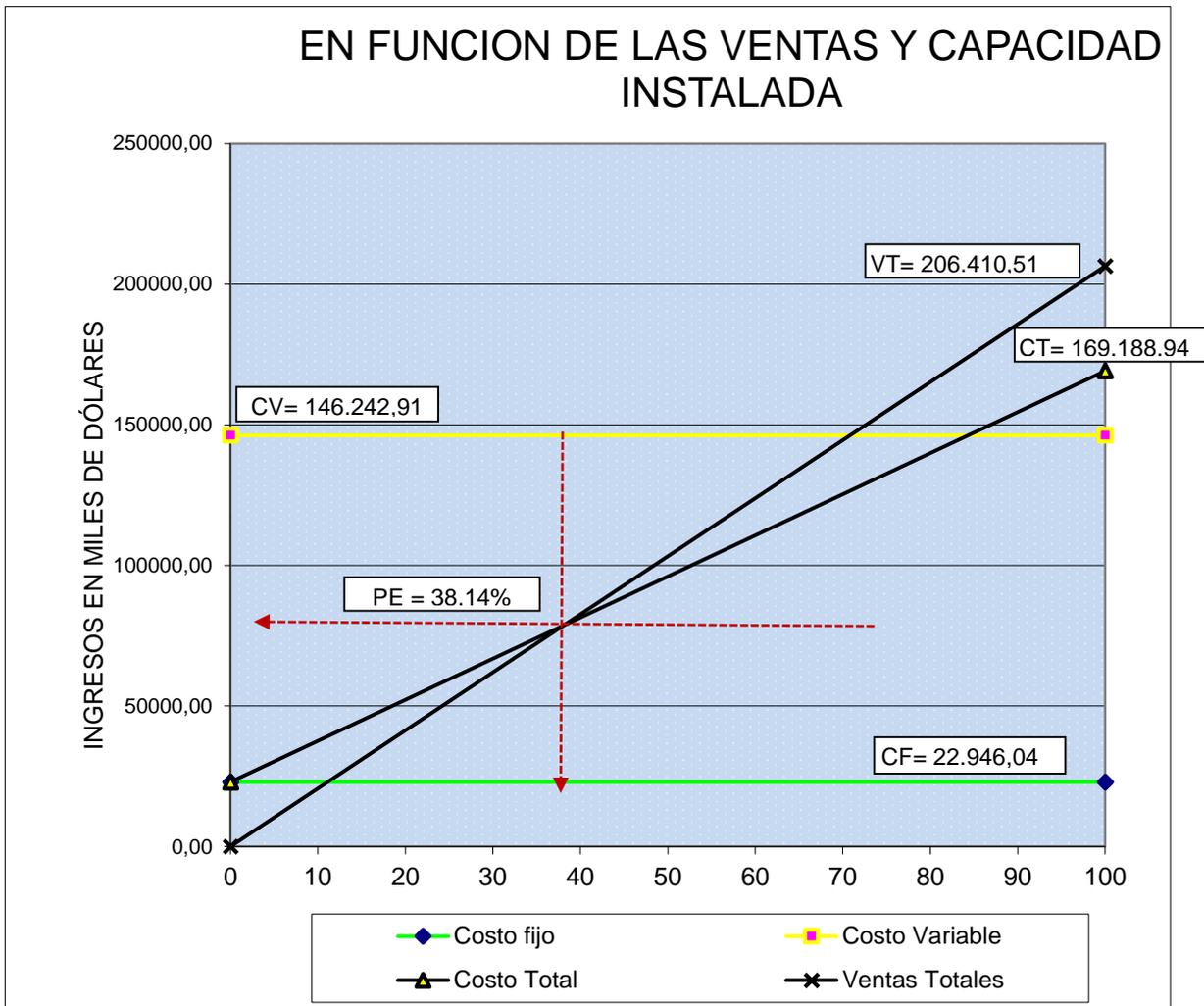
Fórmula para capacidad instalada:

$$P.E = \frac{C.F.}{V.T. - C.V.} \times 100$$

$$P.E = \frac{22.946,04}{\$ 206.410,51 - \$ 146.242,91} \times 100 = \frac{22.946,04}{60.167,6} \times 100 = 0,381369 \times 100$$

P.E = 38,14%

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5
MÉTODO MATEMÁTICO
GRAFICO N° 25**



En la gráfica se observa, que la sucursal de Identidad en su quinto año de vida útil en función a las ventas tendrá que adjudicar un total de \$78.718,51 dólares; utilizando su capacidad instalada del 38,14%, encontrándose en un punto de equilibrio donde no obtendrá ni pérdida ni ganancia.

CUADRO DE DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO N°79 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑOS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	INGRESOS	PUNTO DE EQUILIBRIO	
					FUNC VENT.	CAP. INSTAL
1	\$ 19.282,16	\$ 120.314,40	\$ 139.596,56	\$ 170.307,80	\$ 65.686,79	38,57%
2	\$ 20.114,55	\$ 126.330,12	\$ 146.444,67	\$ 178.662,50	\$ 68.670,98	38,44%
3	\$ 20.991,77	\$ 132.646,63	\$ 153.638,39	\$ 187.438,84	\$ 71.810,81	38,31%
4	\$ 21.972,35	\$ 139.278,96	\$ 161.251,31	\$ 198.459,76	\$ 75.378,18	37,13%
5	\$ 22.946,04	\$ 146.242,91	\$ 169.188,94	\$ 206.410,51	\$ 78.718,51	38,14%

Fuente: Cuadros n° 76, 77

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

En esta evaluación se busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para el inversionista del proyecto. Para ello se toma en cuenta algunos indicadores como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

Con base a los resultados obtenidos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto y su factibilidad, estableciéndose conclusiones definitivas que permitirán tomar la decisión sobre la puesta o no en marcha del proyecto.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto. La información clave para esta proyección está en el cálculo de los beneficios esperados, los estudios de mercado y técnico, en los cuales se realiza la asignación de los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de cada área así como se cuantifica los costos que ello demanda. En el flujo de caja se suman las amortizaciones de activos diferidos y las depreciaciones, valores que no son considerados como egresos o desembolsos en efectivo para la empresa

Se presenta el flujo de caja de Sucursal Identidad

**CUADRO N° 80
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS						
Ventas		\$ 170.307,80	\$ 178.662,50	\$ 187.438,84	\$ 198.459,76	\$ 206.410,51
Otros Ingresos						
Valor Residual				\$ 12,50		\$ 790,21
Banco Nacional de Fomento	\$ 6.000,00					
Capital Propio	\$ 11.891,10					
TOTAL DE INGRESOS	\$ 17.891,10	\$ 170.307,80	\$ 178.662,50	\$ 187.438,84	\$ 198.459,76	\$ 207.200,72
2. EGRESOS						
Activo Fijo	\$ 3.409,90					
Activo Diferido	\$ 2.385,00					
Costo del servicio	\$ 9.918,00	\$ 119.021,58	\$ 124.972,38	\$ 131.220,72	\$ 137.781,48	\$ 144.670,27
Costos Operativos	\$ 2.178,20	\$ 20.574,98	\$ 21.472,29	\$ 22.417,67	\$ 23.469,83	\$ 24.518,67
TOTAL EGRESOS	\$ 17.891,10	\$ 139.596,56	\$ 146.444,67	\$ 153.638,39	\$ 161.251,31	\$ 169.188,94
(=I-E) Utilidad antes Participación Trab.		\$ 30.711,24	\$ 32.217,83	\$ 33.800,45	\$ 37.208,45	\$ 38.011,77
(-) 15% Utilidad Trabajador		\$ 4.606,69	\$ 4.832,67	\$ 5.070,07	\$ 5.581,27	\$ 5.701,77
(=) Utilidad antes del Imp. Renta		\$ 26.104,56	\$ 27.385,15	\$ 28.730,38	\$ 31.627,18	\$ 32.310,01
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ 6.526,14	\$ 6.846,29	\$ 7.182,59	\$ 7.906,80	\$ 8.077,50
(=) Utilidad Gravable		\$ 19.578,42	\$ 20.538,87	\$ 21.547,78	\$ 23.720,39	\$ 24.232,51
(+) Depreciación		\$ 573,28	\$ 573,28	\$ 573,28	\$ 629,59	\$ 629,59
(+) Amortización de Activos Diferidos		\$ 477,00	\$ 477,00	\$ 477,00	\$ 477,00	\$ 477,00
(=) Utilidad Neta		\$ 18.528,14	\$ 19.488,59	\$ 20.497,50	\$ 22.613,80	\$ 23.125,92
(-) Amortización del Crédito		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
(-) Reinversiones					\$ 1.420,63	
(=) Flujo de Caja		\$ 17.928,14	\$ 18.888,59	\$ 19.897,50	\$ 20.593,18	\$ 22.525,92

Fuente: Cuadro n°77

Elaboración: La Autora

TASA MÍNIMA DE ACEPTACIÓN RENTABLE (TMAR)

Cuando el capital necesario para llevar a cabo un proyecto es aportado totalmente por una persona física, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). La referencia para que ésta tasa sea determinada es el índice inflacionario. Sin embargo, cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino más bien que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá que compensar los efectos de la inflación. Se define a la TMAR como:

$$TMAR = i + Pr + (Pr \times i) / 100$$

DONDE:

TMAR= Tasa mínima aceptable de rendimiento.

Pr= Prima de Riesgo

.i= Tasa de oportunidad de la inversión

La tasa mínima aceptable de rendimiento muestra que la tasa (i) al ejecutarse este proyecto, se recomienda que al menos deba arrojar como retribución económica una TMAR de **20,40%**.

Para realizar la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, tomamos el 16% de la tasa de interés activa real que el banco cobra, 788 la prima de Riesgo al 25 de junio del 2015 del Banco Central del Ecuador, y también se toma en cuenta la Tasa de Inflación al mes de Mayo del 2015 que es de 4,55% y por motivos de inestabilidad económica ajustamos al 5%.

CUADRO N° 81
TMAR (TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO)

FINANCIAMIENTO	% FINANCIAMIENTO	TMAR	TMAR GLOBAL
Capital Propio	66%	22,63%	15,04%
Capital Externo	34%	16,00%	5,37%
		i=	20,40%

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costo e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicados por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener. El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Si el VAN es mayor a cero, el proyecto o inversión es conveniente caso contrario no es conveniente.

FÓRMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

En donde:

FA= Factor de Actualización o Descuento

i= Tasa de Interés

n= Número de periodo a ser actualizado

$$FA = \frac{1}{(1+0,20)^1} \quad FA = 0,8333333333$$

$$FA = \frac{1}{(1+0,20)^2} \quad FA = 0,6944444444$$

$$FA = \frac{1}{(1+0,20)^3} \quad FA = 0,5787037037$$

$$FA = \frac{1}{(1+0,20)^4} \quad FA = 0,4822530864$$

$$FA = \frac{1}{(1+0,20)^5} \quad FA = 0,401877572$$

FÓRMULA DEL VAN

$$VAN = \sum VA - INVERSIÓN$$

En donde:

VAN= Valor Actual Neto

∑VA= Sumatoria de los Valores Actual

**CUADRO N° 82
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS ACTUALIZADOS
0		20,40%	
1	\$ 17.928,14	0,83053154	\$ 14.889,88
2	\$ 18.888,59	0,68978263	\$ 13.029,02
3	\$ 19.897,50	0,5728862	\$ 11.399,01
4	\$ 20.593,18	0,4758001	\$ 9.798,23
5	\$ 22.525,92	0,3951670	\$ 8.901,50
Σ DE FUJOS ACTUALIZADOS			\$ 58.017,64
(-)INVERSIÓN			\$ 17.891,10
VAN			\$ 40.126,54

Fuente: Cuadro N° 78

Elaboración: La Autora

$$VAN = \sum \text{FlujosActualizados} - INVERSIÓN$$

VAN= \$ 40.126,54 - \$ 17.891,10

VAN= \$ 22.235,44

Como se evidencia en los resultados el Valor Actual Neto (VAN), en los cinco años de proyección es positivo, por tal motivo de acuerdo a este indicador el proyecto es aceptable.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es un indicador financiero que nos permite medir la rentabilidad del proyecto, es por eso que se la utiliza para emitir criterios de si será o no rentable el proyecto.

Los criterios de decisión basada en la TIR son:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital o costo de oportunidad se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de capital o costo de oportunidad es indiferente de llevar a cabo el proyecto.

- Si la TIR es menor que el costo de capital o costo de oportunidad se debe rechazar el proyecto.

FÓRMULA DE LA TIR

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

TIR= Tasa Interna de Retorno

Tm= Sumatoria de los Valores Actual

Dt= Diferencia de tasas

VAN menor= Valor Actual Neto Menor

VAN Mayor= Valor Actual Neto Mayor

**CUADRO Nº 83
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		101,00%		102,00%	
0	-17.891,10		-17.891,10		-17.891,10
1	17.928,14	0,497512	8.919,47	0,495050	8.875,32
2	18.888,59	0,247519	4.675,28	0,245074	4.629,10
3	19.897,50	0,123144	2.450,25	0,121324	2.414,04
4	20.593,18	0,061265	1.261,65	0,060061	1.236,85
5	22.525,92	0,030480	686,60	0,029733	669,77
			102,15		-66,02

Fuente: Cuadro N° 78

Elaboración: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 101 + 1 \left(\frac{\$ 102,15}{\$ 102,15 - (-\$ 66,02)} \right)$$

$$TIR = 101 + 1 \left(\frac{\$ 102,15}{\$ 102,15 + 66,02} \right)$$

$$TIR = 101 + 1 \left(\frac{\$ 102,15}{\$ 168,17} \right)$$

$$TIR = 101 + 1(0,607421062)$$

$$TIR = 101 + 0,607421062$$

$$TIR = 101,61\%$$

Como se puede observar la *TIR* del proyecto es de **101,61%** lo cual es mayor que el *TMAR* (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) de **20,40%** por consiguiente este indicador permite demostrar que bajo un contexto económico y social estable, la inversión es rentable. Es decir el proyecto es aceptable, y se puede cubrir cualquier préstamo bancario.

CUADRO N° 84
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS ORIGINAL	EGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALES	EGRESO ACTUAL
1	\$ 170.307,80	\$ 139.596,56	0,83053154	\$ 141.446,00	\$ 115.939,35
2	\$ 178.662,50	\$ 146.444,67	0,68978263	\$ 123.238,29	\$ 101.014,99
3	\$ 187.438,84	\$ 153.638,39	0,57288623	\$ 107.381,13	\$ 88.017,32
4	\$ 198.459,76	\$ 161.251,31	0,47580008	\$ 94.427,17	\$ 76.723,38
5	\$ 207.200,72	\$ 169.188,94	0,39516697	\$ 81.878,88	\$ 66.857,88
				\$ 548.371,47	\$ 448.552,92

Fuente: Cuadro N° 78 y 80

Elaboración: La Autora

$$R.B.C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}} - 1$$

$$R.B.C. = \left(\frac{\$ 548.371,47}{\$ 448.552,92} \right) - 1$$

$$R.B.C. = (1,22) - 1 \quad R.B.C. = 0,22 \text{ Ctps.}$$

La Relación Beneficio Costo es mayor que 1 (\$ 1,22 USD) indicador que sustenta la ejecución del proyecto. Por la tanto esto quiere decir que por cada dólar que se invierte en el proyecto se obtiene un beneficio de **0,22 Ctps. de dólar** de utilidad.

PERIDO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de rapidez con que el proyecto reembolsara el desembolso original. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial.

FÓRMULA DEL PRC

$$PRC = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \Sigma \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO NETO DEL AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

CUADRO N° 85
PERIDO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
0	\$ 17.891,10	20,40%	
1	\$ 17.928,14	0,83053154	\$ 14.889,88
2	\$ 18.888,59	0,68978263	\$ 13.029,02
3	\$ 19.897,50	0,57288623	\$ 11.399,01
4	\$ 20.593,18	0,47580008	\$ 9.798,23
5	\$ 22.525,92	0,39516697	\$ 8.901,50

Fuente: Cuadro N° 78 Y 79

Elaboración: La Autora

$$P.R.C. = 1 + \left(\frac{\$ 17891,10 - \$17.928,14}{\$ 17.928,14} \right)$$

$$P.R.C. = 1 + \left(\frac{\$ - 37,04}{\$ 17.928,14} \right) \quad P.R.C. = 1 + (-0,002) \quad P.R.C. = \mathbf{0,99}$$

$$MESES = 0,99 \times 12$$

$$MESES = 11,98$$

$$DÍAS = 0,98 \times 30$$

$$DÍAS = 29$$

El monto de la Inversión se recuperara en once meses y 29 días, periodo aceptable ya q se encuentra dentro de la vida útil del proyecto.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque trata de medir si le afectan o no a un proyecto dos situaciones que se dan en una economía, esto es; *El aumento de costos y la Disminución de los ingresos.*

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos para ello el análisis se lo efectúa tomando como referente el aumento en los costos de un **15,18%** y una disminución de los ingresos en un **12,42%**.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1, el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible.

FÓRMULA DE LA NTIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} - 1 \right)$$

Tm= Sumatoria de los Valores Actual

Dt= Diferencia de tasas

VAN menor= Valor Actual Neto Menor

VAN Mayor= Valor Actual Neto Mayor

CUADRO N° 86

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 15,18% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		15,18%			50,00%		51,00%	
						-17.891,10		-17.891,10
1	139.596,56	160.787,32	170.307,80	9.520,49	0,66667	6.346,99	0,66225	6.304,96
2	146.444,67	168.674,98	178.662,50	9.987,53	0,44444	4.438,90	0,43858	4.380,30
3	153.638,39	176.960,70	187.438,84	10.478,14	0,29630	3.104,63	0,29045	3.043,36
4	161.251,31	185.729,25	198.459,76	12.730,50	0,19753	2.514,67	0,19235	2.448,71
5	169.188,94	194.871,82	207.200,72	12.328,89	0,13169	1.623,56	0,12738	1.570,50
						137,65		-143,26

Fuente: Cuadro N°

Elaboración: La Autora

DESARROLLO MATEMATICO:

- **NUEVA TIR**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

$$NTIR = 50 + 1 \left(\frac{\$ 137,65}{\$ 137,65 - (-\$ 143,26)} \right)$$

$$NTIR = 50 + 1 \left(\frac{\$ 137,65}{\$ 280,91} \right)$$

$$NTIR = 50 + 1(0,49001) \quad \mathbf{NTIR = 50,49\%}$$

- **TASA INTERNO DE RETORNO RESULTANTE**

$$\mathbf{TIRR = TIRO - NTIR}$$

$$TIRR = 101,61 - 50,49$$

$$\mathbf{TIRR = 51,12\%}$$

- **% VARIACIÓN**

$$\%VAR = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) * 100$$

$$\%VAR = \left(\frac{51,12}{101,61} \right) \times 100$$

$$\%VAR = (0,5031) \times 100$$

$$\%VAR = \mathbf{50,31\%}$$

- **SENSIBILIDAD**

$$SENSIBILIDAD = \frac{\%VAR}{NTIR}$$

$$SENSIBILIDAD = \left(\frac{50,31}{50,49} \right)$$

$$SENSIBILIDAD = \mathbf{0,9964}$$

Como se puede observar la sensibilidad es menor a 1, esto quiere decir que el proyecto puede soportar hasta un 15,18% en el incremento de costos, durante la vida útil de la empresa.

CUADRO N° 87

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 12,42% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			12,42%		50,00%		51,00%	
						-17.891,10		-17.891,10
1	139.596,56	170.307,80	149.155,57	9.559,01	0,6667	6.372,68	0,6623	6.330,47
2	146.444,67	178.662,50	156.472,62	10.027,95	0,4444	4.456,86	0,4386	4.398,03
3	153.638,39	187.438,84	164.158,94	10.520,54	0,2963	3.117,20	0,2904	3.055,68
4	161.251,31	198.459,76	173.811,05	12.559,75	0,1975	2.480,94	0,1924	2.415,87
5	169.188,94	207.200,72	181.466,39	12.277,44	0,1317	1.616,78	0,1274	1.563,95
						153,36		-127,10

Fuente: Cuadro N°

Elaboración: La Autora

DESARROLLO MATEMATICO:

NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$NTIR = 50 + 1 \left(\frac{\$ 153,36}{\$ 153,36 - (-\$ 127,10)} \right)$$

$$NTIR = 50 + 1 \left(\frac{\$ 153,36}{\$ 280,46} \right)$$

$$NTIR = 50 + 1(0,5468159) \quad NTIR = \mathbf{50,55\%}$$

TASA INTERNO DE RETORNO RESULTANTE

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$TIRR = 101,61 - 50,55$$

$$TIRR = \mathbf{51,06\%}$$

% VARIACIÓN

$$\%VAR = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) * 100$$

$$\% \mathbf{VAR} = \left(\frac{51,06}{101,61} \right) \times 100$$

$$\% \mathbf{VAR} = (0,502509) \times 100$$

$$\% \mathbf{VAR} = \mathbf{50,25\%}$$

SENSIBILIDAD

$$\mathbf{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \mathbf{VAR}}{\mathbf{NTIR}}$$

$$\mathbf{SENSIBILIDAD} = \left(\frac{50,25}{50,55} \right)$$

$$\mathbf{SENSIBILIDAD} = \mathbf{0,99408}$$

Como se puede observar la sensibilidad es menor a 1, esto quiere decir que el proyecto puede soportar hasta un 12,42% en la disminución de ingresos, durante la vida útil de la empresa.

h. CONCLUSIONES

Mediante la información obtenida en base a los diferentes estudios podemos concluir de la siguiente manera:

- ✓ Con el estudio de mercado se pudo comprobar la aceptación de la idea de apertura de la nueva sucursal de Identidad, teniendo un 73.50% de disposición para acudir, al nuevo establecimiento de compra.
- ✓ En el estudio técnico se pudo determinar la capacidad utilizada de la nueva sucursal, siendo esta 6264 clientes, además se pudo definir la ubicación de la empresa mediante factores de localización; se pudo definir la distribución donde se llevara en efecto la comercialización del producto y el recurso humano idóneo para la empresa.
- ✓ En el estudio Administrativo se caracterizó la normativa Legal vigente de la Empresa Identidad; así mismo se determinó la estructura y organización eficaz para la nueva sucursal.
- ✓ En el Estudio financiero el monto total de la inversión necesaria es de \$ 17.891,10 dólares, monto que será financiado mediante crédito por el BNF con el 34% equivalente a \$ 6.000,00 dólares, para un plazo de 10 años con pagos semestrales al 16% de interés anual; y el 66% será financiado por la Empresa con el objeto de financiar activos fijos y rubros pre operativos. Además para el primer año de vida del proyecto se generan unos costos totales de 139.596,56 dólares americanos, y unos ingresos de 170.307,80 dólares americanos. Demostramos que los ingresos y la capacidad de la empresa superan el punto de equilibrio calculado, logrando decir que el proyecto es rentable.

- ✓ En la Evaluación económica se determinó un VAN de \$40.126,54, se obtuvo también una TIR de 101%, muy superior a la TMAR, la inversión se recupera en once meses, veinte y nueve días; mientras que la R/BC; nos da un total de \$1,22 dólares; lo que significa que por cada dólar invertido tendremos una utilidad de 0,22 centavos de dólar. En el análisis de Sensibilidad con incremento en los costos el proyecto soporta hasta un 15,18% de los costos y una disminución de hasta 12,42% de los ingresos. Por lo que todos los resultados de la evaluación financiera son positivos para la implementación de la nueva sucursal de IDENTIDAD.

i. RECOMENDACIONES

- De acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercado se recomienda poner en marcha el proyecto para la apertura de sucursal de la empresa comercial IDENTIDAD; Ya que se determinó que existe demanda insatisfecha en el mercado.
- Es recomendable tomar siempre en cuenta los gustos y tendencias de compra del cliente, para con ello poder realizar constantes estudios de mercado, que favorezcan al proyecto.
- Se debe implementar un sistema de seguimiento a clientes para fidelizar a los clientes y garantizar la recompra.
- Realizar comercio electrónico a través del internet; para promover los productos nacionales fuera de nuestro país a un futuro.
- Es importante contratar con mano de obra del lugar, con el fin de ayudar al desarrollo productivo y reducir en parte el problema del desempleo.

j. BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- SAPAG Chain Nassir, PROYECTOS DE INVERSIÓN-FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN-Primera Edición 2007
- SAPAG Chain Nassir-PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS 2da Edición 1993
- BACA Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS-Sexta Edición-Año 2010
- Ing. PASACA Mora Manuel-FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
- BARRENO, Luis; "MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS", Primera edición, Ecuador, 2011
- MODULO IV UNL-EL PROCESO DE LA MERCADOTECNIA Y LA GESTION DE COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS 2010
- MÓDULO V-LA GESTIÓN DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS 2010-2011-Pag 113-114
- CORDOVA PADILLA Marcial "FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS" Primera Edición 2008, Bogotá-Colombia, Impresión Editorial Kimpres Ltda.

INTERNET

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Camisa>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentaciondelmercado.htm>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>

RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO

a. TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM FIT PARA HOMBRES DE 20-60 AÑOS) EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA

El crecimiento económico mundial ha ido de la mano con el incremento de las actividades comerciales. Tener comercio en un país significa comprar y vender productos, invertir, estimular tanto a los compradores como a los productores.

Ahora, cerca de un millón trescientas mil personas trabajan en actividades relacionadas al comercio, aproximadamente el 21% de la Población Económicamente Activa (PEA).

El comercio tiene una gran importancia en esta época de globalización, por lo que una economía no puede pensar en un desarrollo equitativo si su comercio interno no es activo, ya que tendrá incidencia en la distribución de ingresos, en el intercambio cultural o técnico entre regiones y también en el intercambio de capitales.

La economía de la provincia de Loja es la decimosegunda del país, experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007. Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3 durante el mismo periodo. La inflación al consumidor de enero de 2009 estuvo situada alrededor del 0.60% en la ciudad de Loja, por debajo de la media nacional de 8.83, según el INEC.

Loja es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con el estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, la ciudad de Loja aporta al alrededor de 1,9 de la economía nacional.

Siendo una de las provincias más centralizadas del Ecuador, considerando que el cantón Loja concentra el 87% de la economía provincial (2,3% nacional).

La población económicamente activa del cantón Loja, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), **seguida del comercio (17%)** y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, **industrias manufactureras** y transporte y comunicaciones".([http://es.wikipedia.org/wiki/Loja_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Loja_(Ecuador)))

En la actualidad los caballeros reaccionan a los cambios constantes del modernismo, buscando mejorar su estilo de vida con productos o servicios que garanticen calidad. Razón por la cual nos hemos visto en la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la Empresa Identidad, cuya finalidad es comercializar un tipo de camisería con diseño seleccionado de excelente calidad y a un precio asequible, lo importante

es adaptarse al entorno ofreciendo un producto innovador y calidad en el servicio.

Las limitaciones del mercado textil con respecto a la falta de opciones de comercializar diseños de camisería con estilo personalizado, es una de las causas para que la pequeña empresa no se expandan y abran puertas a la participación de inversionistas, y así mismo la escasez de locales comerciales que ofrezcan este tipo de servicio. Lo que genera clientes en busca de nuevas alternativas, y clientes insatisfechos por la falta del servicio

Asimismo otro de los inconvenientes es que la mano de obra calificada es muy difícil de obtener o conseguir en la región o en nuestra ciudad por algunas causantes como es la falta de centros de formación actualizados y/o modernos que especialicen y tecnifiquen en la confección de ropa. Que formaliza el desempleo y con ella la baja calidad de vida de nuestros habitantes.

Además tenemos que tener presente que tenemos una gran competencia en la ciudad de Loja, tanto de locales comerciales e importadoras que expenden camisería del mismo costo o incluso de un costo menor en diferentes tipos de calidad, haciendo que los clientes tengan opción a elegir productos extranjeros o productos sustitutos que se encuentren en el mercado.

Es por esto que haciendo referencia a los aspectos antes enunciados se ha detectado una oportunidad de negocio donde se aprovecha los nichos de mercados aun no explorados, y la demanda existente para el presente proyecto poniendo solución al siguiente problema: **“LA FALTA DE LOCALES COMERCIALES CON CREATIVIDAD AL DISEÑAR CAMISAS PARA**

CABALLEROS QUE ABARQUE NUEVOS NICHOS DE MERCADO, BRINDANDO UN SERVICIO EFICIENTE A NUESTROS NUEVOS CLIENTES”, con la finalidad de contribuir al crecimiento de las pequeñas empresas en la ciudad ofreciendo puestos de empleo en las áreas técnicas y administrativas de la organización, evitando monopolios, dado que eso también reduce las plazas de trabajo.

c. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad para “La Apertura De Una Sucursal De La Empresa Identidad (Productora Y Comercializadora De Camisas Slim Fit Para Hombres De 20-60 Años) En La Ciudad De Loja”

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y la oferta de camisas que existe en el mercado de la ciudad de Loja.
- Elaborar un estudio técnico el cual permita conocer cuál será la localización óptima, para poder determinar el tamaño y la ingeniería del proyecto.
- Efectuar un estudio financiero con la finalidad de determinar el monto total de los recursos económicos que se requieren (activos fijos, activos diferidos, costos del servicio, gastos administrativos, financieros, de ventas, otros gastos) mediante la elaboración de presupuestos y las fuentes de financiamiento necesario.

- Determinar la viabilidad financiera que tendrá la comercialización de camisas Slim-fit, realizando la evaluación a través de sus indicadores como son: VAN, TIR, PRC, RBC y Análisis de Sensibilidad.

d. METODOLOGÍA

En el desarrollo del proyecto denominado; **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL IDENTIDAD (Comercializadora Y Productora De Camisas Slim Fit) EN LA CIUDAD DE LOJA”**, se utilizará los siguientes métodos y técnicas

MÉTODOS

- **MÉTODO INDUCTIVO:** Este método nos ayudará a determinar y analizar el comportamiento de la demanda y oferta del producto (camisas Slim-Fit) que se pretende incorporar en el mercado local, información que se la obtendrá de primera mano a través de la aplicación de encuestas y a la población de la ciudadanía lojana.
- **MÉTODO DEDUCTIVO:** En la investigación servirá para evidenciar el cumplimiento de objetivos para la realización y comprensión del tema, problemática.
- **MÉTODO ESTADÍSTICO:** Se lo utilizará para la presentación de los resultados y su mayor comprensión a través de cuadros y gráficos estadísticos para la presente investigación.
- **MÉTODO DESCRIPTIVO:** Este método servirá para realizar un análisis de cada elemento que compone el estudio técnico y administrativo

(*localización, tamaño, ingeniería de proyecto, procesos productivos, base legal, estructura empresarial*) con la finalidad de tomar una decisión acertada. También permitirá la realización del estudio financiero para determinar costos totales y por último la ejecución de una evaluación financiera para determinar la viabilidad económica que tendrá el proyecto.

TÉCNICAS

- **TÉCNICA DE LA ENCUESTA.** Instrumento cuantitativo de investigación social mediante la consulta a un grupo de personas elegidas, se realizará con ayuda de un cuestionario (población masculina de la ciudad de Loja comprendida entre la edad de 20-60 años). Esta técnica la utilizaremos en los demandantes (clientes o usuarios).



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA

Estimado señor le rogamos de la manera más comedida se digne responder el siguiente cuestionario, información que servirá para el desarrollo del trabajo de proyecto de inversión titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA “IDENTIDAD” (COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE CAMISAS SLIM-FIT) EN LA CIUDAD DE LOJA”**.

1. ¿Cuál es su capacidad económica promedio mensual?

354 USD – 500 USD () 701 USD – 900 USD ()
501 USD – 700 USD () 901 USD – A MÁS ()

2. ¿Cuál es el motivo u ocasión del uso de la camisa SLIM-FIT?

Trabajo ()
Costumbre ()
Evento Social ()

3. ¿Qué tipo de camisa usted prefiere?

CAMISA CLASICA (M/L) ()
CAMISA SLIM-FIT (Camisa Ajustada) ()
CAMISAS M/C ()

4. ¿En qué lugar(es) de preferencia compra la “Camisa” Slim-Fit?

Centro Comercial () Catalogo ()
Boutiques () IDENTIDAD BOUTIQUE ()

**5. ¿Qué cantidad de camisas adquiere anualmente en la empresa
Identidad?**

1UND – 2UND () 5UND – 6UND ()
3UND – 4UND () 7UND – 8UND ()

**6. Cuando usted adquiere la “Camisa”, en la Empresa Identidad
¿Cuánto paga por ella?**

PAGO MINIMO		PAGO MÁXIMO	
15 USD – 25 USD	()	36 USD – 45 USD	()
26 USD – 35 US	()	46 USD – 55 USD	()

**7. Si usted adquiere las camisas en la Empresa Identidad como
califica la prestación del servicio?**

EXCELENTE () REGULAR ()
BUENA () MALA ()

**8. ¿Cuál fue la forma de pago con la que adquirió sus camisas en la
Empresa Identidad?**

CONTADO () PLAN ACUMULATIVO ()
TARJETA DE CREDITO ()

**9. ¿Qué características considera importantes al momento de
comprar la “Camisa” en la Empresa Identidad?**

Precio () Diseño ()
Calidad () Durabilidad ()
Marca () Elegancia ()

10. Si se implementara en la ciudad de Loja una sucursal de la Empresa “IDENTIDAD”, comercializadora y productora de camisas para caballeros, ¿Usted estaría dispuesto a acudir a nuestro nuevo local para adquirir los productos que esta ofrece?

SI () NO ()

11. ¿Cuáles son las ventajas que considera al tener cerca una sucursal, de la Tienda “IDENTIDAD”?

Mejor Accesibilidad ()

Mejor alcance del producto ()

Comodidad ()

12. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que le ofrezca la Empresa Identidad en el nuevo local?

Esferos () Gorras ()

Descuentos () Calendarios ()

Otros.....

13. ¿En qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la apertura del nuevo local de la Empresa Identidad?

Radio () Prensa Escrita ()

Televisión () Vallas Publicitarias ()

Hojas Volantes () Redes Sociales ()

Otros.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA

Estimado señor(a) le rogamos de la manera más comedida se digne responder el siguiente cuestionario, información que servirá para el desarrollo del trabajo de tesis titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA “IDENTIDAD” (COMERCIALIZADORA DE CAMISAS SLIM-FIT) EN LA CIUDAD DE LOJA”**.

Nombre de su Empresa y Dirección:

.....

1. ¿Qué tipo de negocio tiene?

Boutiques ()

Almacén de Ropa ()

Comercializadora ()

2. ¿Comercializa Camisas Slim-Fit para hombres en su empresa? De qué tipo.

CAMISA CLASICA ()

CAMISA SLIM-FIT ()

CAMISA M/C ()

3. Anualmente cuantas camisas SLIM-FIT, vende en su empresa

De 1 – 100 UND ()

De 101- 200 UND ()

De 201 – 300 UND ()

4. ¿Qué tipo de prestación adicional brinda usted a sus clientes?

- DISEÑO PERSONALIZADO ()
ENTALLADO DE CAMISERÍA ()
CAMBIO DE CUELLOS Y PUÑOS ()
OTROS ()
NINGUNO ()

5. ¿A través de que medio se provee usted de mercadería?

- Proveedor o Distribuidor Nacional ()
Importación Directa ()
Mediante Franquicia ()

6. ¿Por qué medios da a conocer sus productos?

- | | | | |
|------------|-----|----------------|-----|
| Radio | () | Hojas volantes | () |
| Televisión | () | Prensa Escrita | () |
| Afiches | () | Redes Sociales | () |

7. El promedio de ventas anuales de su empresa está comprendido entre:

- \$3000-\$6000 ()
\$6000-\$9000 ()
\$9000- 12000 ()

8. ¿Qué tipo de promociones ofrece su empresa a los clientes?

- Esferos Gratis ()
Gorras Gratis ()
Calendarios ()
Tarjetas de Descuento ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

TABLA N° 1



ANEXO 4

PARROQUIAS URBANAS	TOTAL	GRUPOS DE EDAD																				
		0 a 1	1 a 4	5 a 9	10 a 14	14 a 19	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	40 a 44	45 a 49	50 a 54	55 a 59	60 a 64	65 a 69	70 a 74	75 a 79	80 a 84	85 a 90	90 y más	
CIUDAD DE LOJA	TOTAL	170.280	3.050	13.391	16.286	16.891	18.335	18.392	15.933	12.398	10.296	9.137	8.910	7.103	5.817	4.348	3.428	2.360	1.781	1.271	662	491
	HOMBRES	81.475	1.567	6.882	8.280	8.398	9.105	8.688	7.627	5.756	4.684	4.071	4.021	3.288	2.712	1.982	1.561	1.028	781	567	278	199
	MUJERES	88.805	1.483	6.509	8.006	8.493	9.230	9.704	8.306	6.642	5.612	5.066	4.889	3.815	3.105	2.366	1.867	1.332	1.000	704	384	292
EL VALLE 1-2-3-4-10-11-12 -13	TOTAL	30.695	563	2.643	3.123	3.145	3.347	3.212	2.775	2.166	1.887	1.640	1.520	1.174	1.007	782	562	393	309	248	108	91
	HOMBRES	14.772	269	1.384	1.567	1.597	1.650	1.537	1.332	986	874	700	732	551	479	371	260	160	124	116	46	37
	MUJERES	15.923	294	1.259	1.556	1.548	1.697	1.675	1.443	1.180	1.013	940	788	623	528	411	302	233	185	132	62	54
SUCRE 5-6-7-8-9-14-15-16- 17-18- 19-20-21-22- 26-27-28-29-30	TOTAL	69.388	1.339	5.806	6.975	7.143	7.524	7.566	6.597	5.059	4.093	3.579	3.363	2.765	2.140	1.658	1.337	893	660	449	259	183
	HOMBRES	33.070	710	2.938	3.551	3.501	3.648	3.513	3.128	2.375	1.825	1.637	1.489	1.289	993	742	594	428	301	209	119	80
	MUJERES	36.318	629	2.868	3.424	3.642	3.876	4.053	3.469	2.684	2.268	1.942	1.874	1.476	1.147	916	743	465	359	240	140	103
EL SAGRARIO 23-24-25	TOTAL	15.162	216	896	1.242	1.322	1.464	1.524	1.306	1.142	971	900	963	716	641	496	424	326	260	185	98	70
	HOMBRES	6.994	113	440	643	640	718	693	600	529	425	394	428	318	274	219	183	138	99	78	39	23
	MUJERES	8.168	103	456	599	682	746	831	706	613	546	506	535	398	367	277	241	188	161	107	59	47
SAN SEBASTIAN 31-32-33-34-35-36- 37-38-39-40-41-42-43	TOTAL	55.035	932	4.046	4.946	5.281	6.000	6.090	5.255	4.031	3.345	3.018	3.064	2.448	2.029	1.412	1.105	748	552	389	197	147
	HOMBRES	26.639	475	2.120	2.519	2.660	3.089	2.945	2.567	1.866	1.560	1.340	1.372	1.130	966	650	524	302	257	164	74	59
	MUJERES	28.396	457	1.926	2.427	2.621	2.911	3.145	2.688	2.165	1.785	1.678	1.692	1.318	1.063	762	581	446	295	225	123	88
PERIFERIA LOJA Sectores 1-39	TOTAL	10.337	209	906	1.210	1.213	1.152	983	826	655	557	525	438	367	270	268	232	203	129	85	63	46
	HOMBRES	5.156	111	452	618	632	600	507	414	305	274	250	199	181	141	124	103	99	68	38	22	18
	MUJERES	5.181	98	454	592	581	552	476	412	350	283	275	239	186	129	144	129	104	61	47	41	28
PARROQUIA CIUDAD DE LOJA	TOTAL	180.617	3.259	14.297	17.496	18.104	19.487	19.375	16.759	13.053	10.853	9.662	9.348	7.470	6.087	4.616	3.660	2.563	1.910	1.356	725	537
	HOMBRES	86.631	1.678	7.334	8.898	9.030	9.705	9.195	8.041	6.061	4.958	4.321	4.220	3.469	2.853	2.106	1.664	1.127	849	605	300	217
	MUJERES	93.986	1.581	6.963	8.598	9.074	9.782	10.180	8.718	6.992	5.895	5.341	5.128	4.001	3.234	2.510	1.996	1.436	1.061	751	425	320

FUENTE: INEC
ELABORACIÓN: La Autora

INDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACION.....	ii
AUTORIA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TITULO	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	28
f. RESULTADOS	33
g. DISCUSION	55
h. CONCLUSIONES	145
i. RECOMENDACIONES.....	147
j. BIBLIOGRAFIA.....	148
k. ANEXOS.....	149
INDICE	161