



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA
ANTIALÉRGICA PARA BEBÉS DE 0 A 6 MESES DE EDAD EN LA
CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DE GRADO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.

AUTORA:

Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela

DIRECTORA:

ING. Rocío del Carmen Toral Tinitana. MAE

LOJA – ECUADOR

2016

*No todos ocupan los
mejores puestos, sino
los más preparados,
aunque no sean genios.*

ING. COM. ROCÍO DEL CARMEN TORAL TINITANA. MAE. DOCENTE DE LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo de la señorita: YADIRA ELIZABETH
LANCHE PUCHAICELA, cuyo tema se intitula "PROYECTO DE FACTIBILIDAD
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA PARA BEBÉS DE 0 A 6
MESES DE EDAD, 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, 21 de Julio del 2016.

Atentamente,



Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana. MAE
DIRECTORA DE TESIS

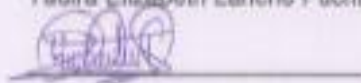
AUTORIA

Yo, Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela, 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: Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela

Firma:



Cédula: 1105658098

Fecha: Loja, 21 de Julio del 2016

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

Yo, Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela, declaro ser autora de la tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA PARA BEBÉS DE 0 A 6 MESES DE EDAD, EN LA CIUDAD DE LOJA" como requisito para obtener el grado de Ingeniera Comercial; autorizó al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional:

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

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza del plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinte y uno días del mes de julio de dos mil diez y seis, firma la autora.

Firma: _____



Autora: Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela

Cédula: 1105658098

Dirección: Cdla. Víctor Emilio Valdivieso.

Teléfonos: 0997674516

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana. MAE

Tribunal de Grado: Ing. Juan Román Encalada Crozco. Presidente

Lic. César Augusto Neira Hinojosa. Miembro de Tribunal

Ing. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid. Miembro de Tribunal

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud está dirigida principalmente a Dios que me iluminó cada día de mi Carrera para culminar la misma con satisfacción.

A mis padres, esposo, y hermanos quienes con su apoyo, esfuerzo y trabajo me han permitido culminar con mis estudios.

También agradezco a la Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana. MAE, quien me orientó y dirigió el presente trabajo, la cual me permitió cumplir con un objetivo personal y profesional.

Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios quien cada día de mi vida me ilumina y me da fortaleza para seguir adelante.

Así mismo va dedicada a mis padres, esposo y hermanos quienes me han apoyado en todo momento.

Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela

a. TÍTULO: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA PARA BEBÉS DE 0 A 6 MESES DE EDAD, EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

El presente trabajo se realizó con el propósito de efectuar un “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA PARA BEBÉS DE 0 A 6 MESES DE EDAD, EN LA CIUDAD DE LOJA”. Por esta razón la intención es brindar a los padres de familia una opción para el cuidado de sus bebés, así como también evitar reacciones alérgicas o irritaciones, en su primeros seis meses de vida, ya que es en donde más atención necesita por ende se crea esta nueva idea de negocio en la cual permita cuidar la piel de bebé que es delicada. Este estudio se lo realizó en base a cuatro estudios: de mercado, técnico, administrativo y financiero.

Para el logro de los objetivos, se utilizó algunos materiales y métodos como: suministros de oficina, el equipo de computación, el método inductivo para este proyecto con la ayuda de las entrevistas y encuestas personales, se logró generalizar comportamientos o aptitudes entre los consumidores y oferentes de los mamelucos para bebés, el método deductivo se enfocó en la recolección de datos estadísticos los cuales permitieron hacer un análisis matemático y de los datos formulados en el instrumento empleado como fueron las encuestas. se aplicó 384 encuestas a los demandantes de ropa para bebés en el cual el 69% tienen un bebé comprendido en la edad de 0 a 6 meses; en lo que se refiere a la encuesta aplicadas a los oferentes existen en la ciudad 41 locales comerciales dedicados a la venta de este producto.

Los resultados obtenidos en el estudio de mercado fueron los siguientes: la demanda potencial para el año 0 asciende a 36.450 mamelucos para bebés, la demanda real a 45.024; y la demanda efectiva a 45.024.

En cuanto a la oferta para este mismo año es de 7.584 mamelucos para bebés, dando una demanda insatisfecha de 127.487 unidades.

En el estudio técnico que comprende el tamaño y la localización, se calculó la capacidad instalada la fracción de la capacidad instalada para el primer año es 17.520 mamelucos; y en lo que se refiere a la capacidad utilizada se producirán 4.120 mamelucos al año. En cambio la localización hizo referencia al lugar específico donde se establecerá la empresa de mamelucos, estará ubicada en el centro de la ciudad de Loja, en las calles Lauro Guerrero entre la Calle Miguel Riofrío y Azuay, dotada de los servicios básicos para el funcionamiento de la empresa.

Se continuó por efectuar el estudio administrativo, donde se detalló la clase de compañía a constituirse denominada Empresa "Confecciones Dayana", además se planteó organigramas y un manual de funciones

Así mismo, se determinó la inversión del proyecto que es el monto de \$24.420,36; que será financiada por la empresa el 91,73% y el 8,27%.por el Banco Nacional de Fomento.

En los resultados del presente estudio se determinó la factibilidad del proyecto, de acuerdo con los indicadores financieros como son: en el Valor Actual Neto (VAN) es de \$5.131,60, en lo que se refiere a la Tasa Interna de Retorno es de 24,39%; el Período de Recuperación de Capital se lo recuperará en 1 año 0 meses y 1 día, en la Relación Beneficio Costo que por cada dólar invertido la empresa gana 0,39 centavos de dólar, y en el Análisis de Sensibilidad los costos se pueden incrementar en un 13,73% y en una disminución de ingresos del

10,29% que soporta el proyecto, lo que significa con toda esta información que el proyecto es factible.

Finalmente se presentan conclusiones y recomendaciones de todo el trabajo investigativo, así mismo bibliografía, y finalmente los anexos.

SUMMARY

The present work is performed with the purpose of making a "project of feasibility for the implementation of a company of making and marketing of clothing allergy for babies of 0 to 6 months of age, in the city of LOJA". For this reason intends to give parents an option for the care of their babies, as well as to also avoid allergic reactions or irritation, in its first six months of life, which is where more attention needs thus creates this new business idea which allows care baby that is delicate skin. This study carried out on the basis of four studies: market, technical, administrative and financial.

For the achievement of them objectives, is used some materials and methods as: supplies of office, the team of computing, the method inductive for this project with the helps of them interviews and surveys personal, is attained generalize behaviors or skills between them consumers and suppliers of them rompers for babies, the method deductive is focused in the collection of data statistical which allowed make an analysis mathematical and of them data formulated in the instrument employee as were the encuestas. Se applied 384 surveys the plaintiffs of clothes for babies in which 69% have a baby understood at the age of 0 to 6 months; in what is refers to the survey applied to them suppliers exist in the city 41 local commercial dedicated to the sale of this product.

The results of the market study were as follows: the potential demand for the year 0 amounts to 36.450 rompers baby, the real demand to 45.024; and the effective demand to 45.024. In terms of the offer for this year is 7.584 rompers baby, giving a 127.487 units unmet demand.

In the technical study which includes the size and location, the installed capacity was calculated the fraction of the capacity for the first year is 17,520 rompers; and in what is referred to the capacity used is produced 4.120 rompers to the year. However location made reference to the specific place where the Mamluks company, will be established will be located in the Centre of the city of Loja, in the streets of Lauro Guerrero between the Calle Miguel Riofrío and Azuay, equipped with basic services for the operation of the company.

Continued to perform the administrative study, where the kind of company was detailed to become so-called company "Clothing Dayana", also raised organization charts and a manual functions likewise

The results of the present study determined the feasibility of the project, according to financial indicators such as: the value Actual Net (VAN) is \$5.131,60, in what refers to the internal rate of return is 24.39%; the Capital recovery period will retrieve it is in 1 year 0 months and 1 day, the benefit cost ratio that for every dollar invested company wins 0.39 cents of dollar, and sensitivity analysis costs may be increased by 13.73% and a decrease of 10.29% revenue which supports the project, which means with the information that the project is feasible. Determined the investment of the project, which is the amount of \$24.420,36; that will be funded by the company the 91,73% and the 8,27%.por the Bank national of promotion.

Finally, conclusions and recommendations of all of the investigative work, likewise bibliography, and finally the annexes are presented.

c. INTRODUCCIÓN

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. La industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

Las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sin número de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. (Espinosa Posso, 2015)

El trabajo de investigación denominado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y**

COMERCIALIZACIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA PARA BEBÉS DE 0 A 6 MESES DE EDAD, EN LA CIUDAD DE LOJA”

La investigación consta de los siguientes apartados: Resumen, en el cual se elabora una síntesis general de todo el trabajo de investigación; en la Revisión de Literatura, permitió fundamentar la investigación a través de libros, revistas, internet, se considera necesario los conceptos con la finalidad de basar en la investigación, posteriormente se presenta los materiales y métodos que se utilizaron para el desarrollo del trabajo de investigación;

Para llegar a determinar la factibilidad de este proyecto, se tuvo que seguir un proceso minucioso solamente así se pudo cumplir con todos los objetivos planteados en el mismo. Se empezó por analizar el estudio de mercado mediante la recolección de datos a través de una encuesta a clientes y a expendedores de ropa para bebés, esto permitió determinar la demanda –potencial, real, efectiva-oferta y la demanda insatisfecha. Se prosiguió por determinar el plan de comercialización en cuanto al producto, precio, plaza y promoción. Otro análisis realizado es el tamaño y localización de la empresa a crearse, dentro del tamaño se determinó la capacidad instalada y la capacidad utilizada para los cinco años de vida útil, y la localización se la tomó desde dos puntos de vista macro y microlocalización, es decir el lugar general y específico donde se ubicará la empresa. Para darle vida jurídica al negocio se lo constituye como empresa unipersonal, acompañados de manual de funciones, organigramas y niveles jerárquicos. Se continuó por determinar los diferentes presupuestos y de esta manera determinar el monto de la inversión y su financiamiento, el estado de pérdidas y ganancias; en lo posterior se realiza la evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto a través de los siguientes indicadores

financieros como: el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR); el Período de Recuperación de Capital, la Relación Beneficio Costo, y el Análisis de Sensibilidad.

Y al final se realizó tanto conclusiones como recomendaciones de todo el trabajo investigativo, así mismo bibliografía, y finalmente los anexos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA TÉXTIL

Según la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, manifiesta que: Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del

sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

Consientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada. Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

Lógicamente este esfuerzo para ser competitivos debe ser compartido. El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una Aduana que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible.

No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

Nuestra intención es fortalecer los lazos comerciales con los países Andinos, pero ampliar nuestras exportaciones a otras latitudes para poco a poco llegar a más países latinoamericanos y europeos. Todo esto contribuirá con el objetivo principal de nuestro sector que es la generación de empleo digno para los ecuatorianos”.

Según el trabajo de Rosa Elvira Huilcatoma Chanatasig titulado: “Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa De Confección De Ropa Para Damas En La Ciudad De Latacunga” realizado en el año 2011 manifiesta: La difícil situación económica por la que ha pasado el Ecuador en la última década del siglo XX; ha dado lugar a que muchas empresas quebraran, debido a un sistema financiero vulnerable que ocasionó el cierre bancario, perjudicando al sector privado y con ello, han engrosado las filas de la desocupación. Para enfrentar este desafío, en el siglo XXI, todos debemos buscar la necesidad de construir un país con un desarrollo organizado, que permita alcanzar una transformación productiva, en un contexto de libre democracia, apertura económica y políticas de estado, que facilite una mayor participación de la sociedad, con la finalidad de dinamizar la economía y por ende a mejorar el bienestar a nivel nacional. El objetivo de la transformación productiva obedece a mejorar ciertos niveles de competitividad, productividad y equidad; tomando en cuenta que en el complejo mundo moderno en el que vivimos se producen cambios a una velocidad vertiginosa, resulta necesario que en nuestro país se desarrollen industrias altamente tecnificadas, con mano de obra calificada, capaz de adaptarse rápidamente a nuevas tecnologías para competir en un ambiente de libre mercado. Lamentablemente, en nuestro país, existen muchas trabas para crear empresas, además de que no se dispone de información confiable y actualizada, carecen de suficientes instrumentos de apoyo que han hecho muy difícil la materialización de nuevas e innovadoras ideas de negocios. Todo esto conlleva a la necesidad de realizar proyectos de inversión o estudios de viabilidad que ayuden a una acertada toma de decisiones, que aseguren, dentro de determinado rango de confiabilidad, la conveniencia financiera, económica,

social y ambiental de asignar los recursos de un conglomerado grupo de inversionistas privados o de una comunidad en particular a la producción de un bien o a la presentación de un servicio. El diseño de un proyecto de inversión constituye la búsqueda de una solución al planteamiento de un problema específico que a más de conocer su rentabilidad económica y social debe asegurar resolver una necesidad humana en forma eficiente. Este proyecto está enfocado al estudio de una nueva fuente de producción, en la fabricación de prendas de vestir de buena calidad y accesibilidad económica para el consumidor. En la actualidad se puede observar, que las pocas empresas que se dedican a la confección de ropa no satisfacen las necesidades y expectativas del cliente, esto ha provocado que los ingresos vayan en beneficio de mercados extranjeros que pretenden ser los únicos quienes satisfagan esta necesidad. Ante esta realidad, se deduce que una alternativa de solución para salir de estos problemas es a través de la producción de bienes y servicios de calidad y sobre todo mantener una actitud positiva y emprendedora, que tanta falta nos hace para arriesgarnos y “cruzar el río” como lo han hecho otros países que no poseen recursos tan ricos como los nuestros.

La oportunidad es ahora y así evitemos que nuestra sociedad se divida por la ineficiencia de nuestras acciones.

LA INDUSTRIA TEXTIL

“La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social-económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba.

A finales del siglo XVI después de la conquista española, las actividades económicas en la Real Audiencia de Quito se concentraron tanto en la producción textil como en el comercio, es así que en el siglo XVII esta actividad se desarrolló más que otras, convirtiéndose en el eje principal de la economía colonial quiteña.

La producción textil en el Ecuador inicio su desarrollo con la aparición de las primeras industrias que en un principio se dedicaron al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra.

Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose es una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo

A medida que fue creciendo la industria textil, también aumentó la diversificación de sus productos, convirtiendo a los hilados y tejidos como los principales en volumen de producción; sin embargo, en los últimos años se ha incrementado la elaboración de prendas de vestir y lencería de hogar.

Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua,

Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante”. (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, Dirección de Promoción de Exportaciones, 2012)

CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL

FIBRAS TEXTILES

“Este término se refiere a las que se puede hilar o utilizar para fabricar telas mediante operaciones como tejido, trenzado o fieltro. Para elaborar toda clase de tejidos existen muchos materiales entre los cuales se tienen:

LINO.- Lino es un nombre común de una familia de plantas y especies de uno de sus géneros, ésta se cultiva mucho por sus fibras y semillas; de las fibras se obtienen los hilos y los tejidos de lino y de la semilla se extrae el aceite de linaza. El lino es una especie propia de regiones templadas que crece en una gama muy variada de condiciones de temperatura y humedad.

LANA.- Lana es un nombre aplicado a fibras suaves y rizadas que se obtiene principalmente de la piel de las ovejas domésticas y se utilizan en la fabricación de tejidos. Las características de la lana que la hacen especialmente adecuada para vestir son su ligereza, su capacidad para absorber humedad y sus propiedades aislantes.

ALGODÓN.- Algodón es una fibra vegetal natural de gran importancia como materia prima para la fabricación de tejidos y prendas de vestir, el algodón es la fibra textil más común en la actualidad pero fue la última fibra natural en alcanzar una importancia comercial. La generación de su uso se debe sobre todo a la facilidad con que la fibra se puede trenzar en hilos además de la resistencia, absorbencia y la facilidad con que se lava y se tiñe.

El cultivo del algodón suele ser anual en una estación de crecimiento con abundante sol y agua, ésta es una malvácea que produce una fibra vegetal la cual es utilizada en la fabricación de tejidos.

SEDA.- La seda es una fibra de la que se compone el capullo que cubre el gusano de seda, valiosa por su uso en tejidos de alta calidad y otros productos textiles. Para fabricar la seda se debe eliminar los insectos que hay en su interior mediante un mecanismo de calor, la fibra de seda se obtiene mediante un delicado proceso llamado devanado o hiladura, a continuación se unen y se enrollan los filamentos entre cuatro y ocho capullos y se combinan con una serie de filamentos similares para dar lugar a un hilo que se recoge en una bobina, el hilo resultante, llamado seda cruda, normalmente está formado por 48 fibras individuales de seda.

FIBRAS SINTÉTICAS.- La belleza y el precio de la seda estimularon a muchos de los primeros científicos a desarrollar una seda que se pareciera al hilo del gusano de seda, lo que les llevó a sintetizar una sustancia pegajosa semejante al fluido segregado por este para tejer su capullo, apareciendo así las fibras textiles sintéticas”. (Moncada, 2014)

Bebé

“Un bebé es un ser humano de una edad todavía muy corta, que no puede hablar. Un bebé recién nacido es un neonato. El bebé es totalmente dependiente de sus progenitores o tutores, necesitando de su atención para poder satisfacer sus necesidades básicas o para realizar actividades elementales. Ante cualquier necesidad o incomodidad, el bebé llorará para atraer la atención de los adultos.

Cuidados del bebé

Cuando nace el bebé y los flamantes padres vuelven con él al hogar, comienza una vida nueva, con nuevos horarios, costumbres y actividades que giran absolutamente entorno al recién nacido. Los cuidados básicos del mismo, son parte de las tareas que deben realizarse y para las que hay que estar muy bien preparados y dispuestos.

Cuidados generales

La piel del bebé

La piel del neonato tiene unas características especiales a tener en cuenta en el cuidado diario. La capa más externa está poco desarrollada por lo que presenta una mayor pérdida de calor, está más expuesta a infecciones y tiene gran capacidad de absorción de cremas y medicamentos tópicos. También carece de pilosidad, es decir no tiene vello, sino una especie de «pelusa» llamada lanugo que se irá perdiendo poco a poco y se descama fácilmente, lo que la hace muy delicada. Posee escasos factores hidratantes naturales por lo que necesita cuidados especiales”. (Enciclopedia Salvat, 2016)

Ropa para bebé

“**Peleles:** Prenda hecha de punto, de una sola pieza, que se pone a los niños pequeños para dormir.

Conjuntos: Varias prendas de vestir que hacen juego.

Jersey o suéter: Prenda de vestir, generalmente de punto de lana o algodón y manga larga, que cubre el cuerpo desde el cuello hasta la cintura.

Polainas o pantalón: Prenda de vestir que se ajusta a la cintura y llega hasta los tobillos, o hasta una altura variable, cubriendo cada pierna por separado.

Bodies: Es una prenda interior de una sola pieza que cubre el tronco, pero no las extremidades; esta prenda es usada como ropa interior por mujeres y bebés, con la variante especialmente estos últimos de poder tener mangas, incluso mangas largas”. (TheFreeDictionary, 2016)

“Los mamelucos de bebés son una indumentaria versátil y cómoda para los bebés que están aprendiendo a caminar y a gatear. Los mamelucos permiten que los bebés se muevan libremente mientras siguen ofreciendo una sola pieza que los cubre cuando aún están usando pañales”. (Schmoll, s.f.)

2. MARCO TEÓRICO

2.1 PROYECTO DE INVERSIÓN

“Es un conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable”. (Cruz, 2011)

2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO

“Se puede definir como la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing”. (Alonso, 2009)

2.1.1.1 Análisis de la Demanda

“Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función del cual estará el proyecto.

2.1.1.1.1 Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

2.1.1.1.2 Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

2.1.1.1.3 Demanda Efectiva

La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que se den acceso al producto aunque quisieran hacerlo.

2.1.1.2 Análisis de la oferta

Se entiende por oferta a la cantidad de un determinado bien, un producto o un servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.

La cantidad ofrecida se refiere únicamente a un punto sobre una curva de oferta.

Por consiguiente, el cambio de la cantidad ofrecida explica el movimiento de un punto a otro sobre la misma curva de oferta, como resultado de un cambio en el precio.

2.1.1.2.1 Proyección de la oferta.

Al igual que la demanda aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como puede ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la

oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno.

2.1.1.3 MARKETING MIX

2.1.1.3.1 Producto

Lo que las personas compran es el elemento más visible del mix de marketing. Las decisiones de los clientes se pueden influir por medio de la variedad, el estilo y la presentación.” (Kotler, PHILIP, 1998)

2.1.1.3.2 Precio

“Es la cantidad de unidades monetarias que deben entregarse por adquirir un bien o servicio. El precio se considera como la única variable del marketing que genera ingresos y que puede variar sin previo aviso.” (Francisco, 2013)

2.1.1.3.3 Plaza

“La plaza es el sitio o lugar donde se elabora la producción, es decir es el mismo lugar donde va a estar ubicada la empresa.

2.1.1.3.4 Promoción

La promoción es el elemento en la mezcla en marketing de una organización que sirve para informar, persuadir y recordar al mercado sobre la organización y/o sus productos. Básicamente constituye un intento de influir” (STANTON William, 1992)

2.1.2 ESTUDIO TÉCNICO

2.1.2.1 Definición

El estudio técnico “conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

2.1.2.2 Tamaño

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un período de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas.

2.1.2.2.1 Capacidad teórica

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc

2.1.2.2.2 Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado.

2.1.2.2.3 Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de la demanda que se desea cubrir durante un periodo de tiempo determinado

2.1.2.2.4 Reservas

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 de producción.

2.1.2.2.5 Capacidad Financiera

Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante el analizar las condiciones económicas-financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero.

2.1.2.2.6 Capacidad Administrativa

Al igual que en el campo financiero, debe tenerse claro el panorama respecto a si para la operación de nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender". (Pasaca Mora, Formulación y Evaluación de Proyectos, 2004)

2.1.2.3 Localización.

"Significa ubicar geográficamente en el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son

solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

2.1.2.3.1 Macro localización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

2.1.2.3.2 Micro localización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

2.1.2.3.3 Factores de Localización

“Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre los factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

2.1.2.4 Ingeniería Del Proyecto

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa”. (Pasaca Mora , Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

2.1.2.4.1 Componente tecnológico

“Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

2.1.2.4.2 Infraestructura física

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

2.1.2.4.3 Distribución de la planta

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

2.1.2.4.4 Proceso de producción

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno”. (Pasaca Mora , Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

2.1.2.4.5 Diseño del producto

“El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor desea en él para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes entre ellos se tiene: presentación, unidad de medida y tiempo de vida, etc.

2.1.2.4.6 Flujograma de proceso

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de procesos difieren significativamente en cuanto a presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio de proyectorista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.

2.1.2.5 Estructura Organizativa Empresarial

2.1.2.5.1 Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos:

Acta constitutiva

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

La razón social o denominación

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley. (Pasaca Mora , Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

Domicilio

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta en múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente

la dirección domiciliaria en donde se ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

Objeto de la sociedad

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

Capital social

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que se inicia sus operaciones a la nueva empresa y la forma en como esta se ha conformado.

Tiempo de duración de la sociedad

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa, posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o que plazo operara.

Administradores

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un término número de personas o una persona quien será quien responda por las acciones de la misma. (Pasaca Mora , Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

2.1.2.5.2 Estructura Empresaria

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que ésta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que

conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos especialmente el talento humano sea manejado eficientemente, la estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompañan con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles jerárquicos de autoridad

En estos se encontraron definidos de acuerdo al tiempo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propios de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel legislativo-directivo

Es el mismo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomaron el nombre de la junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tiempo de empresa bajo el cual se hayan constituido.

Nivel ejecutivo

En este nivel está conformado por el gerente-administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo-directivo y será responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial de deberá en gran medida a su capacidad de gestión

Nivel asesor

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones de un tratamiento especial.

Nivel de apoyo

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel operativo

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo”. (Pasaca Mora, Formulación y Evaluación de Proyectos, 2004)

2.1.2.5.2.1 Organigramas

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran.

Organigrama estructural

Se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca Jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.

Organigrama funcional

Se define como una representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones

Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general”.

Organigrama posicional

Constituye una variación del organigrama estructural y sirve para representar en forma objetiva, la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas. Se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación en el caso de haberla. En algunos casos se puede incluir la remuneración de cada puesto y el nombre del empleado que lo desempeña”. (Enriquez, 2004)

2.1.2.5.2.3 Manual De Funciones

“Documento elaborado sistemáticamente en el cual se indican las actividades, a ser cumplidas por los miembros de un organismo y la forma en que las mismas deberán ser realizadas, ya sea conjunta o separadamente”. (Vasquez, 2002)

2.1.3 ESTUDIO FINANCIERO

2.1.3.5 Presupuestos

“Constituyen la expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos”. (Burbano Ruiz, 2011)

2.1.3.5.2 Presupuestos de Inversión

“La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Para que el rendimiento de los recursos se considere óptimo debe ser igual o mayor al rendimiento que esa misma inversión obtendrá si se la destina a una actividad alternativa de similar riesgo.

2.1.3.5.2.3 Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos son aquellas que se realizan sobre bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa, ya que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o servirán de apoyo para la operación normal del proyecto.

2.1.3.5.2.4 Activos Intangibles

Constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas. Dentro de los activos fijos intangibles se encuentran el estudio técnico, gastos de constitución, puesta en marcha y gastos de capacitación, los cuales son necesarios para el desarrollo del proyecto.

Los activos intangibles se amortizan. La amortización es una cuota fija que se establece por periodo contable, como consecuencia de inversiones o gastos anticipados, los que no son imputables en un solo año (periodo contable); permitiendo de esta manera a la empresa la racionalización o prorrateo del gasto en función del tiempo estipulado por la ley.

2.1.3.5.2.5 Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

2.1.3.5.3 Financiamiento

“Una vez conocido el monto de inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes

Fuente interna, constituida por el aporte de los socios

Fuente externa, constituida por entidades financieras públicas y privadas.

2.1.3.6 ANÁLISIS DE COSTOS

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuado en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual

2.1.3.6.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción están formados por los siguientes elementos:

Materias Primas: Son los materiales que de hecho entran a formar parte del producto terminado.

Materiales: Son los materiales que forman parte del producto terminado

Costos Indirectos De Fabricación: Conocidos como gastos de fabricación y son aquellos que constituyen los elementos, o accesorios necesarios para la presentación final de las prendas.

Depreciaciones: La depreciación se aplica a los activos fijos ya que estos sufren desgaste sea por el uso, y éstos se deprecian o pierden su valor con el tiempo.

2.1.3.6.3 COSTOS DE OPERACIÓN

Comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.

Gastos Administrativos: Para el mejor desarrollo de la gestión se necesita coordinar en forma eficiente la labor de sus elementos productivos.

Gasto de Ventas: Estos gastos de venta son los que incurren la empresa para promocionar y distribuir efectivamente su producción.

Gasto Financiero: Son los intereses que se deben pagar por el capital obtenido en el préstamo, aquí se establecen los parámetros de tasa de interés y cuota de pago mensual trimestral, anual.

Presupuesto Projectado

Instrumento financiero que estima los ingresos que se obtendrán en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes: los ingresos y egresos". (Pasaca Mora, Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

2.1.3.7 Estado de Pérdidas y Ganancias

“Es de suma importancia ya que nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.

2.1.3.8 Determinación del Punto De Equilibrio.

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

- a) Conocer el efecto-origen o cambio en la capacidad de producción sobre la venta, los costos y las utilidades.
- b) Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia
- c) Para realizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

2.1.3.8.2 En función de las ventas

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera, para el cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = CFT / 1 - (CVT / VT)$$

En donde:

PE=Punto de Equilibrio

CFT=Costo Fijo Total

1=Constante Matemática

CVT=Costo Variable Total

VT=Ventas Totales

2.1.3.8.3 En función de la capacidad Instalada

Se basa en la capacidad del servicio que tiene la planta, determina la capacidad de porcentaje de capacidad al cual se puede servir y pueda generar un servicio que cubra los gastos y costos para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = (CFT / VT - CVT) * 100$$

2.1.3.8.4 En función de la producción

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que su venta se cubra los gastos.

$$PE = CVT / PVu - Cvu$$

PVu=Precio de venta unitario

CVu=Costo variable unitario

CVu=CVT/N° de unid. Producidas” (Pasaca Mora , Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

2.1.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

“Tiene como finalidad determinar el mayor o menor grado de mérito de la acción de asignar los escasos recursos del capital a determinada inversión, el enfoque del problema.

El objetivo principal de la evaluación del proyecto es conocer si es aconsejable o no para asignar los recursos necesarios para invertir en este proyecto.

2.1.4.5 Flujo De Caja

El Flujo de Caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un periodo determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene

2.1.4.6 El Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto de una inversión es la diferencia entre los ingresos futuros descontados según una tasa específica (costo de oportunidad), menos el valor de la inversión original.

Para obtener el Valor Actual Neto es necesario calcular previamente el costo de oportunidad que está dado por el resultado de multiplicar el porcentaje de la inversión que estará financiado por la tasa activa y por el valor resultante de uno menos los gastos de los impuestos y el reparto de utilidades, y todo esto más el porcentaje de la inversión con recursos propios por la tasa pasiva. A ese resultado se le suma el porcentaje de la inflación y el riesgo.

Nomenclatura

TMAR=Tasa mínima aceptable de rendimiento

Pr=Prima de Riesgo

I=tasa de oportunidad de la inversión

Formula:

$$TMAR=i+Pr(Pr*i)/100$$

2.1.4.7 Tasa Interna De Retorno (TIR)

Esta técnica convierte los beneficios futuros a valores presentes, solo que en el lugar de utilizar un porcentaje fijo determina el rendimiento de la inversión, expresado éste como una tasa de interés por ciento.

Nomenclatura

TIR=Tasa interna de retorno

Tm=tasa menor para el descuento para actualización

$$TIR = T_m + \frac{VAN_m}{VAN_m - VANM} (TM - T_m)$$

EL Periodo de Recuperación del Capital (PRI):El periodo de Recuperación del Capital está definido como el espacio de tiempo necesario para que los flujos recibidos en efectivo, producidos por una inversión, iguales al desembolso de efectivo originado requerido para la misma inversión.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

2.1.4.8 Relación Beneficio Costo (RBC)

La relación costo beneficio permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

Si la relación ingresos / egresos es=1 el proyecto es indiferente

Si la relación es >1 el proyecto es rentable

Si la relación es <1 el proyecto no es rentable

Fórmula:

$$R(B / C) = \frac{\sum \text{Ingreso Act ualizados}}{\sum \text{Egresos Act ualizados}} - 1$$

Para ello se procede de la siguiente manera:

1. Se toman los valores de costos e ingresos del presupeusto y se procede a actualizarlos a la tasa de descuento utilizada para el cálculo del VAN y la TIR
 2. Se realiza la sumatoria de los valores actualizados
 3. Se divide la sumatoria de ingresos actualizados para la sumatoria de los costos actualizados
 4. A la resultante se resta la unidad (1) que representa el desembolso realizado”.
- . (Pasaca Mora , Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

2.1.4.9 Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad “es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.),

al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.). De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente.

Análisis de Sensibilidad con incremento en los costos y disminución en los ingresos.

Se obtiene la nueva tasa interna de retorno.

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

Se encuentra la tasa interna de retorno resultante.

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

Se calcula el porcentaje de variación

$$\% v = (TIRR / TIRO) * 100$$

Se calcula el valor de sensibilidad

$S = \% v / NTIR$.” (Pasaca Mora , Formulación y Evaluación de Proyectos, 2014)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

1. Materiales

Los materiales que se utilizaron en el desarrollo de la investigación son:

- **Útiles de oficina:** Son los materiales como esferos, papel boom, sacapuntas, que fueron necesarios para realizar el trabajo.
- **Equipo de computación:** Son la computadora, copiadora e impresora, que se utilizó en la investigación

Dentro de la metodología para el desarrollo de la investigación se tomaron en consideración los siguientes métodos y técnicas

2. Métodos

Método Deductivo.- Este método nos permitió el desarrollo realizar el marco teórico para el desarrollo de la investigación, así como también conocer de forma oportuna y eficiente los resultados a través de la elaboración de los estados financieros que respaldan la situación financiera del proyecto

Método Inductivo: Se realizó el análisis de toda la recolección de datos en base al instrumento aplicado, también permitió llegar a conclusiones y recomendaciones, en base a la evaluación de la documentación.

3. Técnicas

Encuesta.- Esta técnica fue dirigida a las 384 familias de la Ciudad de Loja, así como también a los 41 oferentes que son los que comercializan ropa de bebé similar.

4. PROCEDIMIENTO

Población y muestra

Tamaño de la muestra

El presente proyecto en su desarrollo elaboró ropa de bebé en el estilo de mamelucos en diferentes diseños y colores.

En base al último censo poblacional publicado por el INEC del año 2010 se establece que la ciudad de Loja tiene 180.617 habitantes, con una tasa de crecimiento del 2,65%. Con estos datos se proyectó la población para el año 2016, cuyos resultados se describen a continuación:

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

$$Pf = 2016 = 180.617(1 + 0.0265)^6$$

$$Pf = 2016 = 180.617(1.0265)^6$$

$$Pf = 211.306$$

Con datos obtenidos anteriormente se procede a dividir para 4 que es el promedio por familia en la Región 7 obteniendo un total de 52.826 familias.

$$N^{\circ} \text{ Familias} = \frac{Pb}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ Familias} = \frac{211.306}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ Familias} = 52.826$$

Obtención del Tamaño de la Muestra

Aplicando la fórmula del tamaño de la muestra se obtiene la población en estudio.

Ecuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Nomenclatura:

n = Tamaño de la muestra

N = Número de elementos del universo

Z² = Valor crítico (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E² = Margen de error (0,05)

(N-1) = Factor de corrección

N = 170.280 Habitantes.

$$n = \frac{3.8416(180.617)(0,25)}{[(0.0025)(180.617)] + [(3.8416)(0,25)]}$$

$$n = \frac{173.464,57}{451,5029 + 0,9604}$$

$$n = \frac{173.464,57}{451,5029}$$

n = **384** Encuestas

Se aplicaron 384 encuestas a las familias de la ciudad de Loja

CUADRO N° 1: DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

PARROQUIAS	POBLACIÓN FAMILIAS 2010	POBLACIÓN FAMILIAS 2016	N° ENCUESTAS	%
San Sebastián	15.681	16.904	123	32%
El Valle	8.746	9.509	69	18%
Sucre	19.771	21.658	157	41%
El Sagrario	4.320	4.754	35	9%
TOTAL	47.518	52.826	384	100%

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: LA AUTORA

El presente cuadro se lo realizó mediante los datos del INEC, sobre la población en el año 2010, de esta manera se proyectó la población al año 2016, ya que este año se realizó las encuestas; obteniendo un número de 52.826 familias entre las cuatro parroquias, determinando de esta manera la cantidad de encuestas que se aplicaron por cada parroquia de la ciudad de Loja.

Obtención de la Muestra a los Oferentes

En la ciudad de Loja existen 41 locales comerciales que ofertan el producto en estudio, es por tal razón que se presenta en el ANEXO 3 en el cual constan los nombres de los oferentes la dirección y puesto.

Aplicados los instrumentos de investigación tanto a los demandantes como a los oferentes se procedió a organizar la información para presentarla a través de cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación; información que permitió realizar el análisis de la oferta, la demanda así como también la demanda insatisfecha; y, proponer estrategias de mercado.

En base al estudio de mercado se procedió a realizar el análisis del tamaño y localización óptima del proyecto, considerando los factores que influyen para el efecto; así mismo se estableció el análisis de la ingeniería del proyecto considerando aspectos como el componente tecnológico, el proceso productivo, los flujogramas de procesos entre otro; y, se presentó una propuesta de la estructura orgánica funcional de la empresa objeto de estudio.

Posterior a ello se hizo un análisis económico financiero para determinar el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la empresa; así mismo se procedió a elaborar en base a esta información los presupuestos de ingresos y gastos.

Una vez obtenido este conjunto de información económica se procedió a realizar los cálculos de los indicadores financieros como son: el VAN, TIR, Relación Beneficio/Costo, y el Análisis de Sensibilidad los mismos que se los realiza en base al flujo de caja.

Por último se determinó las conclusiones y recomendaciones.

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

1. ¿Existe en su familia niños comprendidos entre 0 a 6 meses?

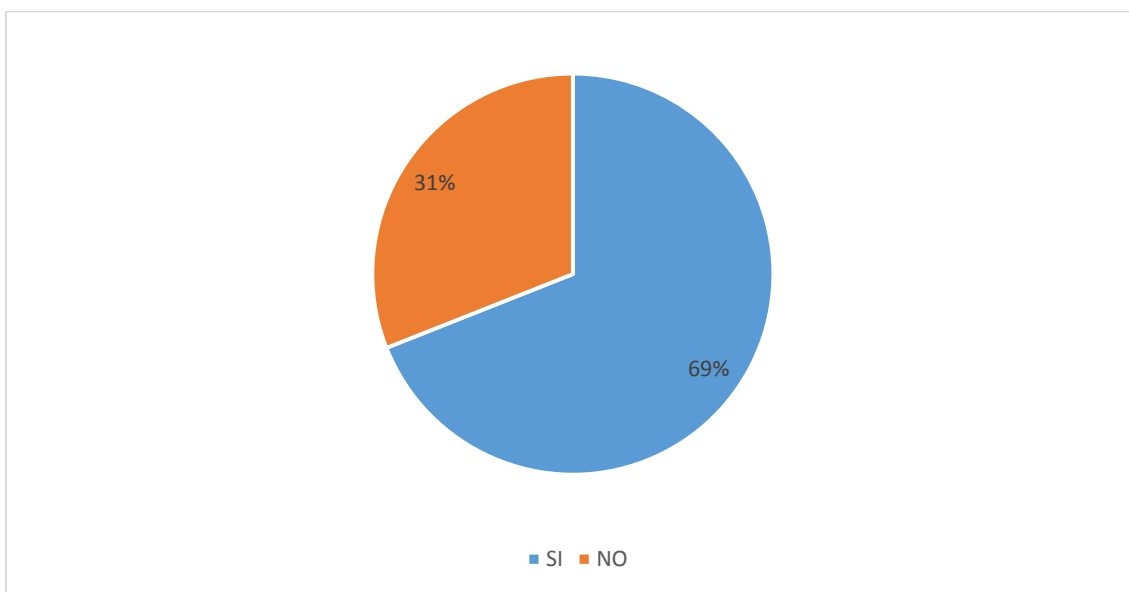
CUADRO N° 2: BEBÉS ENTRE 0 A 6 MESES DE EDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	264	69%
NO	120	31%
TOTAL	384	100%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRÁFICO N° 1: BEBÉS ENTRE 0 A 6 MESES DE EDAD



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas en la Ciudad de Loja tenemos que el 69% de las familias manifiestan que tienen bebés comprendidos en la edad de 0 a 6 meses de edad; mientras que el 31% dicen que no; por lo tanto para elaborar el estudio si hay demandantes.

2. ¿Adquiere ropa antialérgica para bebés de 0 a 6 meses de edad?

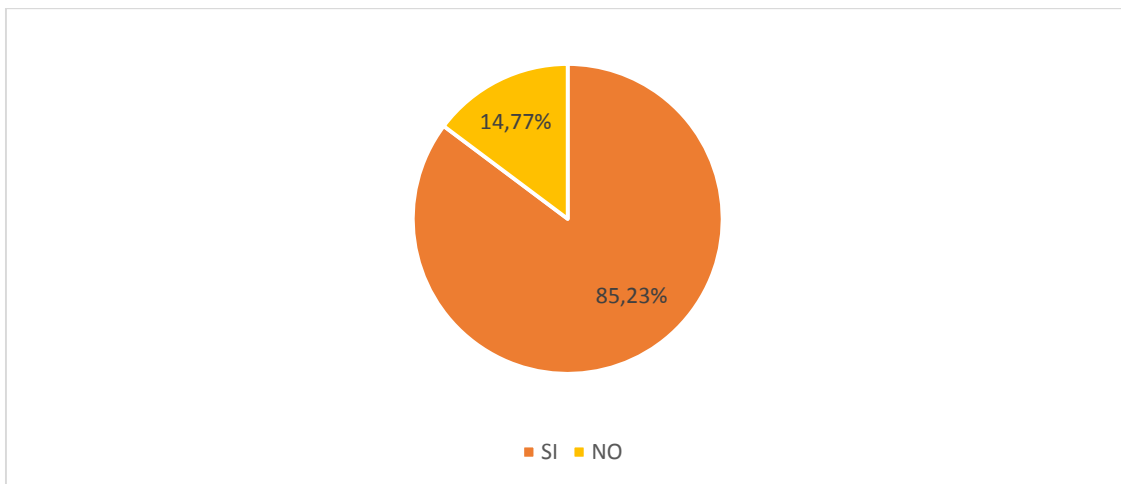
CUADRO N° 3: ADQUISICIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	225	85,23%
NO	39	14,77%
TOTAL	264	100,00%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 3: ADQUISICIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a las familias que si tienen bebés que adquieren mamelucos en un 85,23% señalan que adquieren la ropa antialérgica así como también el 14,77% sostiene que no lo adquiere; por lo tanto la mayoría de familias adquiere ropa antialérgica para sus bebés.

3. ¿Adquiere mamelucos antialérgicos para los bebés de 0 a 6 meses de edad?

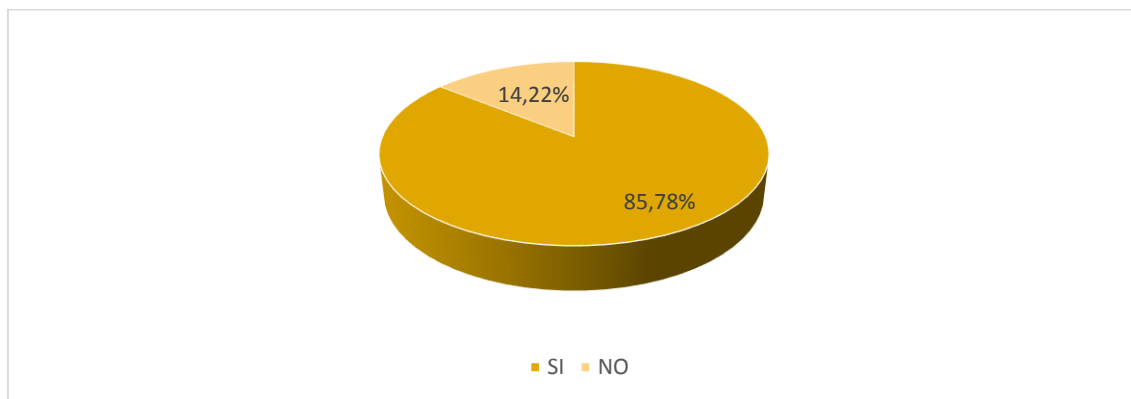
CUADRO N° 4: ADQUISICIÓN DE MAMELUCOS ANTIALÉRGICOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	193	85,78%
NO	32	14,22%
TOTAL	225	100%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 3: ADQUISICIÓN DE MAMELUCOS ANTIALÉRGICOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a las familias que si tienen bebés que adquieren mamelucos en un 85,78% señalan que adquieren los mamelucos antialérgicos así como también el 14,22% sostiene que no lo adquiere; por lo tanto la mayoría de familias adquieren los mamelucos antialérgicos para sus bebés.

4. ¿Qué cantidad de mamelucos compra anualmente y a qué precio?

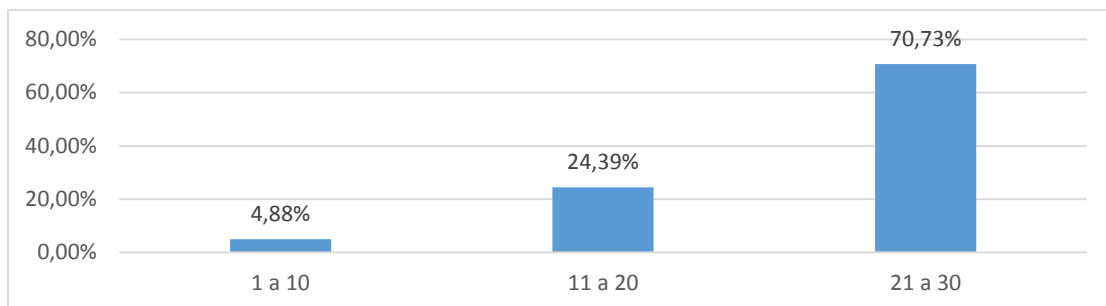
CUADRO N° 5: CANTIDAD DE ROPA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	f(Xm)	%
1 a 2	27	1,5	3,78	13,99%
2 a 3	91	2,5	227,50	47,15%
3 A 4	75	3,5	262,50	38,86%
TOTAL	193		493,78	100,00%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 4: CANTIDAD DE ROPA



$$\frac{\varepsilon \text{ TOTAL}}{N}$$

$$\frac{493,78}{193} = 2,56$$

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a las familias que si tienen bebés comprendidos en las edades de 0 a 6 meses y a la cantidad que compran mensualmente de mamelucos antialérgicos en su mayoría es de 2 a 3 prendas por familia; por lo tanto el consumo promedio por familia es de tres prendas anuales.

CUADRO N° 6: PRECIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	f(Xm)	%
1 a 8	39	4,5	7,88	20,21%
9 a 16	97	12,5	1212,50	50,26%
17 a 24	57	20,5	1168,50	29,53%
TOTAL	193		2388,88	100,00%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

$$\frac{\varepsilon TOTAL}{N}$$

$$\frac{2388,88}{193} = 12,38$$

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a las familias que si tienen bebés comprendidos en las edades de 0 a 6 meses según los datos en su mayoría adquieren a un precio promedio de \$12,38.

5. ¿En qué lugar adquiere usted la ropa de bebé?

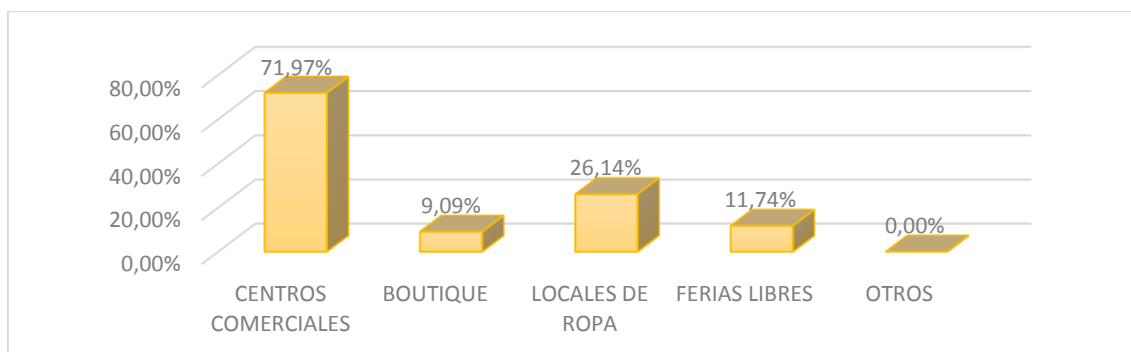
CUADRO N° 7: LUGAR DONDE ADQUIEREN EL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
CENTROS COMERCIALES	190	71,97%
BOUTIQUE	24	9,09%
LOCALES DE ROPA	69	26,14%
FERIAS LIBRES	31	11,74%
OTROS	0	0,00%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 5 LUGAR DONDE ADQUIEREN EL PRODUCTO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a las familias que si tienen bebés comprendidos en las edades de 0 a 6 meses en un 71,97% manifiesta que el lugar donde adquiere el producto es d en os centros comerciales, mientras que el 26,14% lo adquieren el locales comerciales, seguido de las ferias libres con el 11,17% y en boutique con el 9,09%; es decir la mayoría de las familias lo adquieren en centros comerciales.

6. Al adquirir este producto lo hace fijándose en:

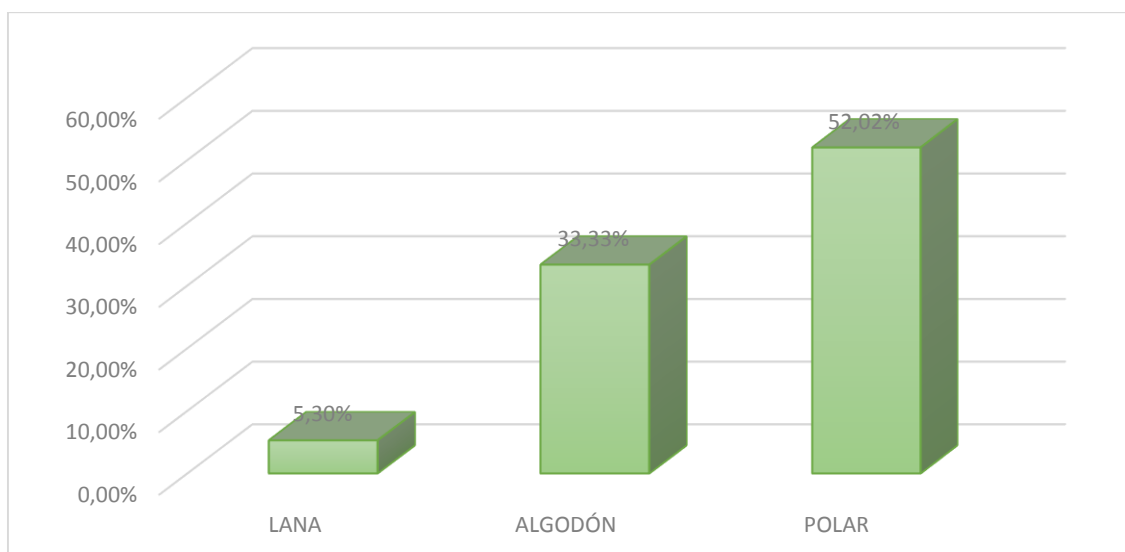
CUADRO N° 8: PREFERENCIAS AL COMPRAR EL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
PRECIO	134	50,76%
PRESENTACION	30	11,36%
CALIDAD	167	63,26%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 6: PREFERENCIAS AL COMPRAR EL PRODUCTO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de las personas que adquieren el producto lo hacen fijándose en la calidad con un 63,26% y precio en el 50,76%; es decir que lo que más le importa a las familias es el precio y la calidad que tiene la prenda

7. ¿Le gustaría que se implementara una empresa de confección y Comercialización de ropa de bebé antialérgica de 0 a 6 meses de edad en la Ciudad de Loja?

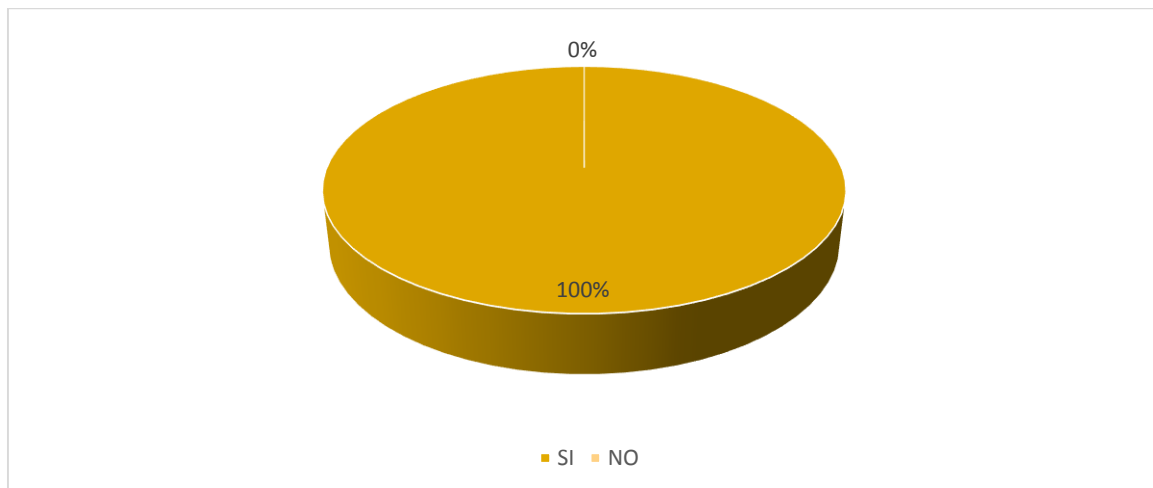
CUADRO N° 9: IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	193	100%
NO	0	0%
TOTAL	193	100%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRÁFICO N° 7: IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA



De las familias encuestadas el 100% manifiestas que si les gustaría que se implementara la Empresa, por consiguiente la implementación de la empresa se la realizaría ya que las familias están de acuerdo en la misma

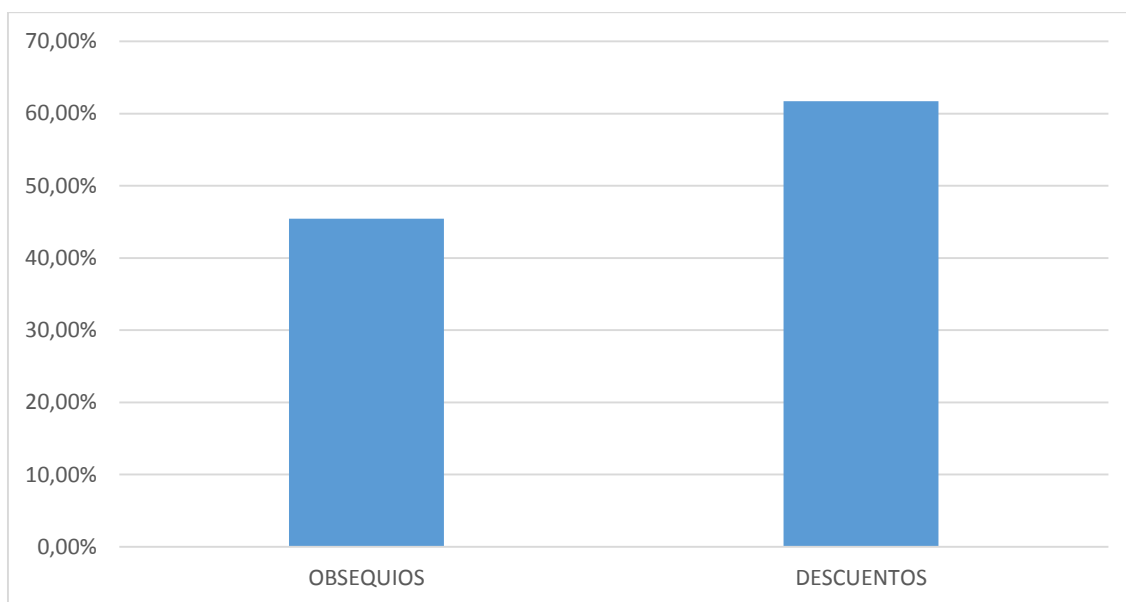
8. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?

CUADRO N° 10: PROMOCIONES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
OBSEQUIOS	120	45,45%
DESCUENTOS	163	61,74%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRÁFICO N° 8: PROMOCIONES



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a las familias con un porcentaje del 61,74% le gustaría que las promociones que realice la empresa sean por descuentos, mientras que el resto de que tiene el 45,45% quiere promociones por bonos; por lo tanto lo que la empresa realizaría son las promociones por descuentos.

9. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se realice la publicidad?

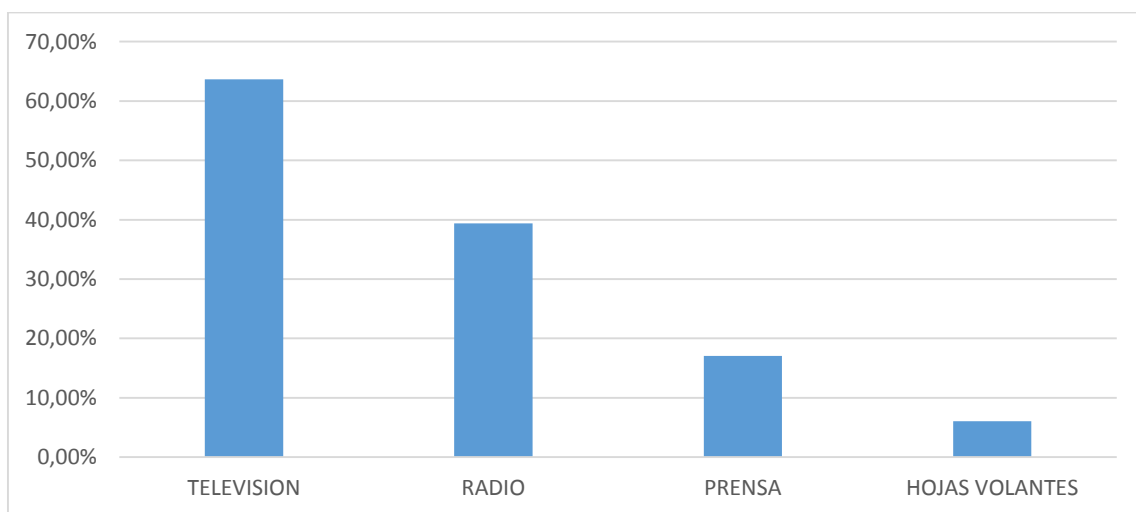
CUADRO N° 11: MEDIO DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
TELEVISIÓN	168	63,64%
RADIO	104	39,39%
PRENSA	45	17,05%
HOJAS VOLANTES	16	6,06%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 9: MEDIO DE COMUNICACIÓN



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas el 63,64% de las familias manifestaron que la publicidad se la realice por medio de la televisión, el 39,39% selecciona radio y el 17,05% por la prensa y el 6,06% por medio de hojas volantes; por lo tanto la empresa realizará la publicidad por medio de comunicación de radio .

ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES

1. ¿Usted vende mamelucos?

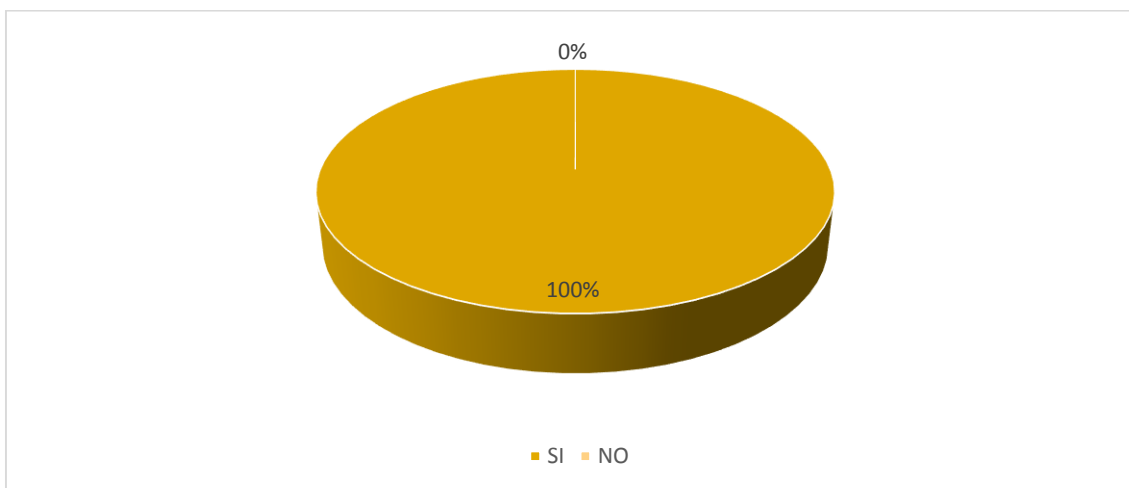
CUADRO N° 12: TIPO DE NEGOCIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	41	100%
TOTAL	41	100%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRÁFICO N° 10: TIPO DE NEGOCIO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a los oferentes 41 de los encuestados que corresponde al 100% responden que venden mamelucos de bebé, por lo tanto en la Ciudad de Loja si se comercializa los mamelucos..

2. ¿Qué cantidad de mamelucos para bebés de 0 a 6 meses de edad vende usted mensualmente?

CUADRO N° 13: CANTIDAD DE MAMELUCOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	f(Xm)	%
1 a 10	2	5,5	0,10	4,88%
11 a 20	10	15,5	155,00	24,39%
21 a 30	29	25,5	739,50	70,73%
TOTAL	41		894,60	100,00%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas a los ofertantes de ropa de bebé ellos venden mensualmente 895 mamelucos; por lo tanto estos locales anualmente están ofertando un total de 10.740 mamelucos.

3. ¿Quién es la empresa que le provee el producto?

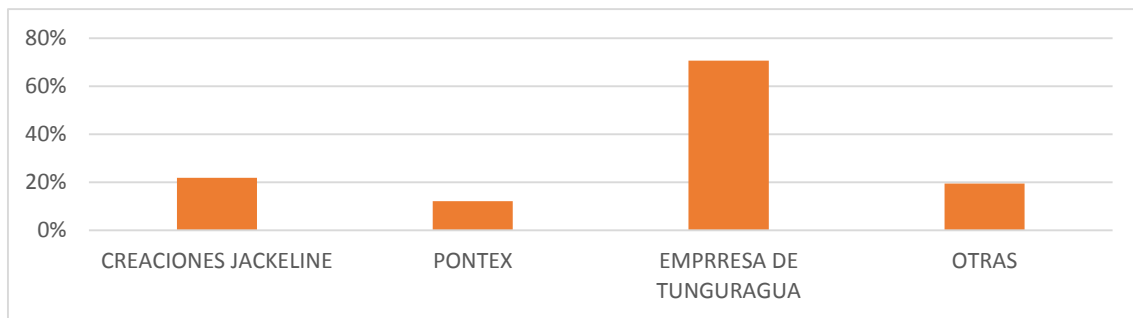
CUADRO N° 14: EMPRESA QUE PROVEE EL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
CREACIONES JACKELINE	9	22%
PONTEX	5	12%
EMPRESA DE TUNGURAGUA	29	71%
OTRAS	8	20%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRÁFICO N° 11: EMPRESA QUE PROVEE EL PRODUCTO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los proveedores de las empresas encuestadas en la que el 71% adquieren a la empresa de Tungurahua, el 22% adquieren en la empresa Creaciones Jackeline, 20% compra la mercadería en otras empresas y el 12% lo hace en la empresa PONTEX; por lo tanto la mayoría de los oferentes en la empresa que les provee el producto son las empresas de Tungurahua.

4. ¿Cuál es el rango de precios con el que usted vende los mamelucos de los bebés?

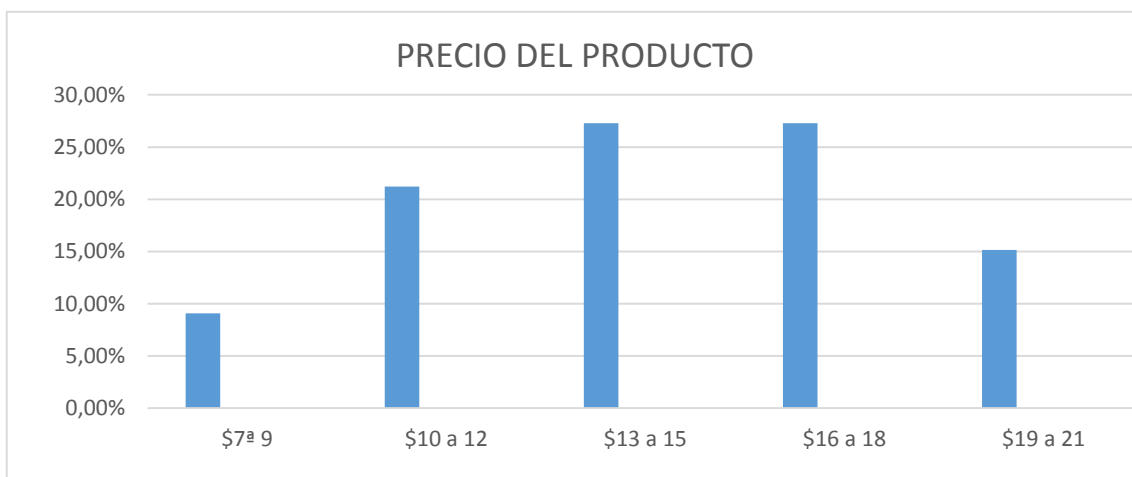
CUADRO N° 15: PRECIO DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	f(Xm)	%
\$7 ^a 9	3	8	24	9,09%
\$10 a 12	7	11	77	21,21%
\$13 a 15	9	14	126	27,27%
\$16 a 18	9	17	153	27,27%
\$19 a 21	5	20	100	15,15%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 12: PRECIO DEL PRODUCTO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los oferentes la mayor parte vende la ropa de bebé a un precio promedio de \$14,55.

5. ¿Ofrece usted algún tipo de promoción a sus clientes?

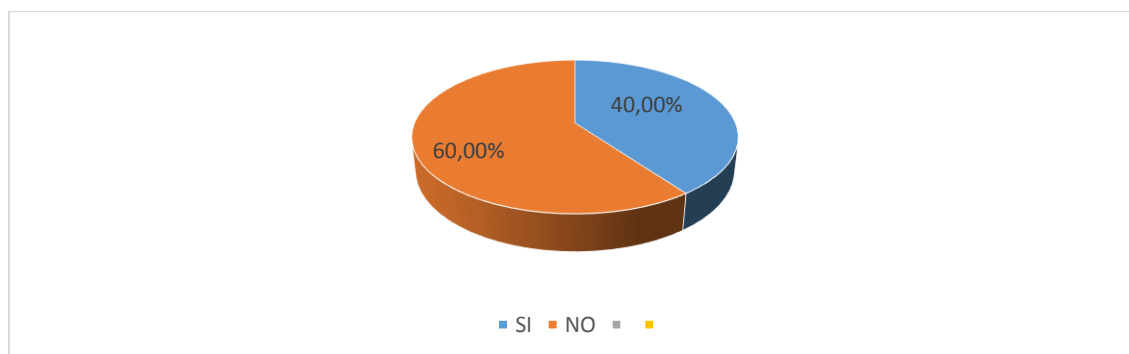
CUADRO N° 16: PROMOCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	6	40,00%
NO	9	60,00%
TOTAL	15	100%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 13: PROMOCIÓN



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas a los oferentes el 60% de ellos no realizan promociones a sus clientes, mientras que el 40% si lo realiza., es decir que ellos no conocen estrategias de comercialización.

6. ¿Qué tipo de promociones realiza usted?

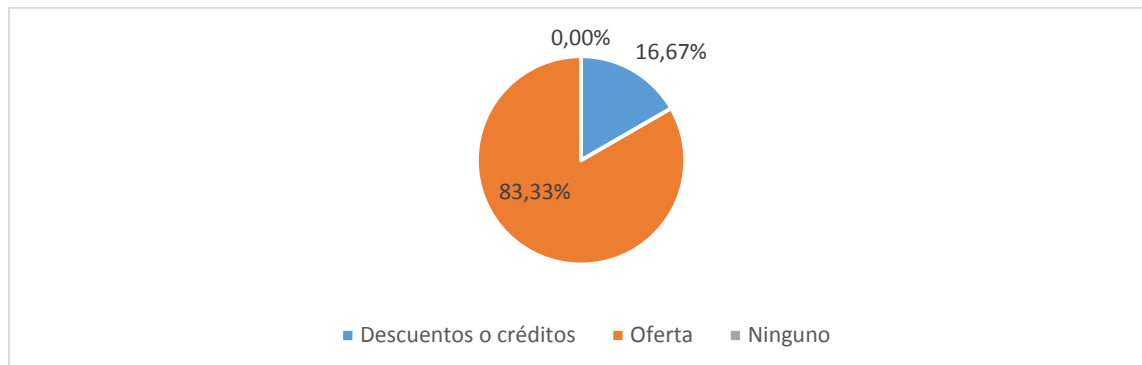
CUADRO N° 17: TIPO DE PROMOCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos o créditos	1	16,67%
Oferta	5	83,33%
Ninguno	0	0,00%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 14: TIPO DE PROMOCIÓN



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los oferentes que si realizan promociones, el 83,33 responden que realizan el tipo de promoción de ofertas, mientras el 16,67% lo hacen mediante descuentos o créditos, para sus clientes

7. ¿Hace publicidad de su negocio en algún medio publicitario?

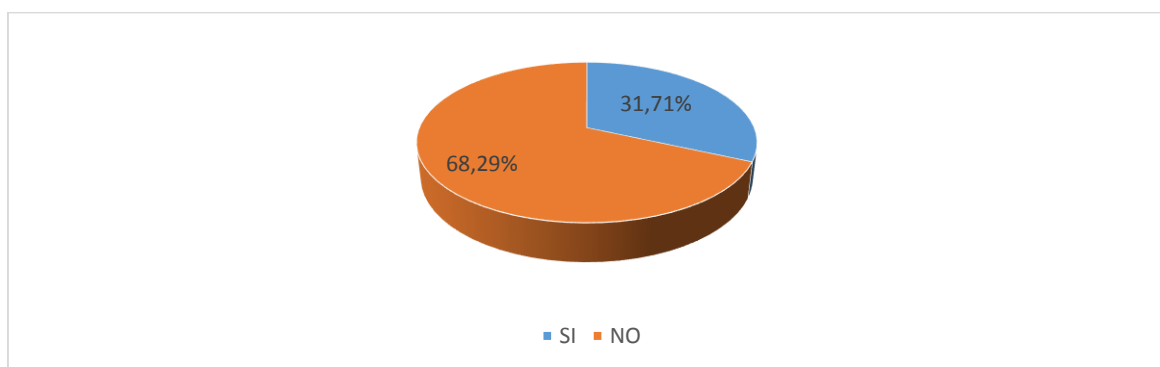
CUADRO N° 18: PUBLICIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	13	31,71%
NO	28	68,29%
TOTAL	41	100%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 15: PUBLICIDAD



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas a los oferentes el 31,71% manifiestan que realizan publicidad, mientras el 68,29% no realiza, por lo tanto en nuestro medio las comercializadoras no tienen el conocimiento de lo importante que es la publicidad en la empresa para mejorar sus ventas.

8. Si lo hace, ¿qué tipo de medio de publicidad utiliza?

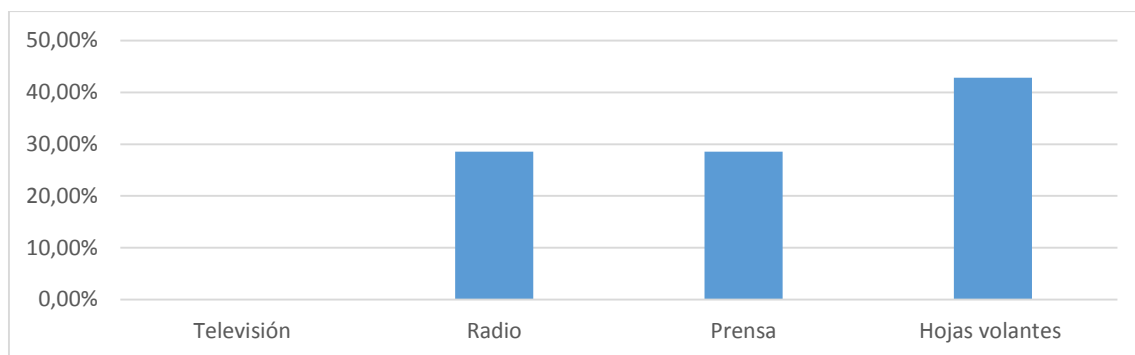
CUADRO N° 19: TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Televisión	0	0,00%
Radio	4	28,57%
Prensa	4	28,57%
Hojas volantes	7	42,86%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

AUTORA: YADIRA LANCHE

GRÁFICO N° 16: TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas realizadas los oferentes mencionan que ellos realizan su publicidad mediante la radio, prensa con un 28,57%, mientras que el 42,86% responden que lo hacen por medio de hojas volantes.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Se puede definir como la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar las características de los posibles consumidores de ropa para bebés de 0 a 6 meses de edad
- Establecer la demanda de ropa para bebés de 0 a 6 meses de edad en la Ciudad de Loja
- Conocer la oferta existente en la ciudad de Loja de ropa para bebés de 0 a 6 meses de edad y determinar, qué tan representativa es ésta en el mercado.
- Establecer qué medio de comunicación es el más adecuado para dar a conocer el producto a los consumidores.

PRODUCTO PRINCIPAL: Es la descripción pormenorizada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales.

ROPA DE BEBÉ

“Del vocablo germano “raupjan” que significa robar, en castellano la palabra ropa alude al conjunto de prendas que se usan para cubrir el cuerpo, que en la antigüedad eran codiciado objeto de saqueo. Pertenece a la misma familia de palabras que el vocablo robo. En italiano con “roba” se hace referencia no solo

a lo que nosotros consideramos ropa, entendida como vestimenta o indumentaria, sino cualquier cosa mueble fungible.”

Peleles: Prenda hecha de punto, de una sola pieza, que se pone a los niños pequeños para dormir.

Conjuntos: Varias prendas de vestir que hacen juego.

Jersey o suéter: Prenda de vestir, generalmente de punto de lana o algodón y manga larga, que cubre el cuerpo desde el cuello hasta la cintura.

Polainas o pantalón: Prenda de vestir que se ajusta a la cintura y llega hasta los tobillos, o hasta una altura variable, cubriendo cada pierna por separado.

Bodies: Es una prenda interior de una sola pieza que cubre el tronco, pero no las extremidades; esta prenda es usada como ropa interior por mujeres y bebés, con la variante especialmente estos últimos de poder tener mangas, incluso mangas largas.

Sacos y monos: Traje de pantalón y cuerpo en una sola pieza.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función del cual estará el proyecto.

Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

CUADRO N° 20: PROYECCIÓN DE LOS DEMANDANTES POTENCIALES

AÑOS	FAMILIAS	FAMILIAS CON BEBÉS DE 0 A 6 MESES DE EDAD (69%)
0	52.826	36.450
1	61.803	42.644
2	72.304	49.889
3	84.589	58.366
4	98.962	68.283
5	115.776	79.886

FUENTE: CUADRO N° 2

AUTORA: YADIRA LANCHE

Demanda Real: Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

CUADRO N° 21: PROYECCIÓN DE LOS DEMANDANTES REALES DE MAMELUCOS ANTIALÉRGICOS

AÑOS	FAMILIAS	DEMANDANTES REALES (85,78%)
0	36.450	31.267
1	42.644	36.580
2	49.889	42.795
3	58.366	50.067
4	68.283	58.574
5	79.886	68.526

FUENTE: CUADRO N°4

ELABORACIÓN: LA AUTORA

Demanda Efectiva: La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que accedan al producto aunque quisieran hacerlo.

CUADRO N°22: PROYECCIÓN DE LOS DEMANDANTES EFECTIVOS DE MAMELUCOS ANTIALÉRGICOS

AÑOS	DEMANDANTES REALES (85,78%)	DEMANDA EFECTIVA 100%)	CONSUMO PROMEDIO	DEMANDA PROYECTADA
0	31.267	31.267	3	93.801
1	36.580	36.580	3	109.739
2	42.795	42.795	3	128.385
3	50.067	50.067	3	150.200
4	58.574	58.574	3	175.721
5	68.526	68.526	3	205.578

FUENTE: CUADRO N°9 y CUADRO N°21

ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se entiende por oferta a la cantidad de un determinado bien, un producto o un servicio que los están dispuestos a vender a determinados precios. La cantidad ofrecida se refiere únicamente a un punto sobre una curva de oferta. Por consiguiente, el cambio de la cantidad ofrecida explica el movimiento de un punto a otro sobre la misma curva de oferta, como resultado de un cambio en el precio.

CUADRO N° 23: OFERTA PROYECTADA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA (8,14%)
0	93.801	10.740
1	109.739	11.672
2	128.385	12.685
3	150.200	13.786
4	175.721	14.983
5	205.578	16.284

FUENTE: CUADRO N°22

ELABORACIÓN: LA AUTORA

DEMANDA INSATISFECHA

Es aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

CUADRO N° 24: DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA (8,14%)	DEMANDA INSATISFECHA
0	93.801	10.740	83.061
1	109.739	11.672	98.067
2	128.385	12.685	115.700
3	150.200	13.786	136.413
4	175.721	14.983	160.737
5	205.578	16.284	189.294

FUENTE: CUADRO N°23

ELABORACIÓN: LA AUTORA

ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

PRODUCTO: El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores.

El producto a fabricar tendrá las siguientes características:

Nombre del producto: Mamelucos

Nombre de la empresa: Confecciones Dayana

Tela: Algodón

Colores: Diferentes

Modelos: Diferentes

Talla: Única

Materiales: Algodón, hilo, cierres.

Un modelo a fabricar sería el siguiente:



Logotipo

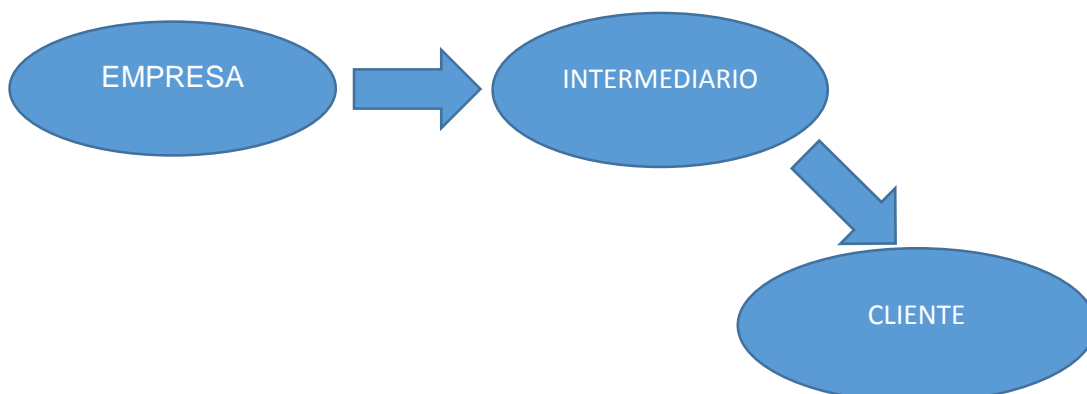


“CONFECCIONES DAYANA”

PRECIO: Es el valor monetario que tiene un producto o servicio. Para determinar el precio de los monitos previamente se tendrá que conocer cuáles son los costos de fabricación para luego agregarle una utilidad. El precio también irá de acuerdo con la competencia no se puede ubicar un precio demasiado alto y demasiado bajo, deberá ser un precio competitivo.

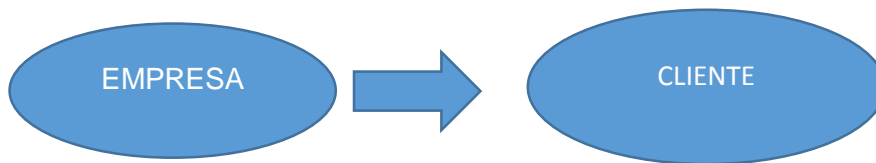
En el mercado existen muchos precios de los monitos depende de la calidad y tamaño, van desde \$13 a \$18 dólares

PLAZA: En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. Dentro de la plaza existen los diversos canales de distribución del producto. Para la empresa a instalarse será el siguiente:



Según el presente gráfico el primer canal de distribución es empresa, intermediario, y cliente

CANAL DE DISTRIBUCIÓN 2



En el gráfico se presenta el segundo canal de distribución que en el cual el producto será distribuido directamente al cliente.

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad, es una técnica de la comunicación de masas, y su finalidad es difundir mensajes a través de los medios de comunicación con la intención de persuadir a los públicos a que consuman el producto que se está ofreciendo, apoyando al marketing y promoción de ventas.

A continuación se presenta la publicidad para la empresa en estudio.

Los medios de publicidad que se utilizarán serán los siguientes:

- ❖ Radio

Dentro de la promoción, se definirán las siguientes:

- ❖ Precio a costo de los mamelucos en caso de la compra por docenas
- ❖ Regalos: gorras; escafpines, manitas, dependiendo el monto de la compra.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Tamaño

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un período de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas.

Capacidad instalada: Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado; por lo tanto para el presente proyecto la capacidad instalada estará en función de los obreros que laborarán en la empresa.

Una costurera está en capacidad de producir 2 prendas por hora; por lo tanto se considera que se trabajará una costurera para la elaboración de 17.520 prendas en los 365 días del año.

CUADRO N°25: CAPACIDAD INSTALADA PARA MAMELUCOS

CAPACIDAD DE PRODUCCION	HORAS DIARIAS	PRODUCCIÓN DIARIA	PRODUCCIÓN AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL
2 MAMELUCOS	24 HORAS	48	365	17.520

FUENTE: INVESTIGACIÓN PERSONAL
ELABORACIÓN: LA AUTORA

Capacidad utilizada: Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de la demanda que se desea cubrir durante un periodo de tiempo determinado; en este caso en la empresa se laborará 8 horas diarias por 260 días del año.

CUADRO N°26: CAPACIDAD UTILIZADA PARA MAMELUCOS

CAPACIDAD DE PRODUCCION	HORAS DIARIAS	PRODUCCIÓN DIARIA	PRODUCCIÓN AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL
2 MAMELUCOS	8 HORAS	16	260	4160

FUENTE: INVESTIGACIÓN PERSONAL
ELABORACIÓN: LA AUTORA

Reservas: 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 de producción. La capacidad de reserva se calculó en base a la diferencia entre la capacidad instalada, de capacidad utilizada.

CUADRO N°27: CAPACIDAD DE RESERVA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD DE RESERVA	% CAPACIDAD UTILIZADA
1	17.520	4.160	13.360	23,74%
2	17.520	4.160	13.360	23,74%
3	17.520	4.160	13.360	23,74%
4	17.520	4.160	13.360	23,74%
5	17.520	4.160	13.360	23,74%

FUENTE: CUADRO N°25, CUADRO N°26
ELABORACIÓN: LA AUTORA

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

La participación de mercado es un índice de competitividad, que nos indica que también nos estamos desempeñando en el mercado con relación a nuestros

competidores. Este índice nos permite evaluar si el mercado está creciendo o declinando, identificar tendencias en la selección de clientes por parte de los competidores y ejecutar, además, acciones estratégicas o tácticas.

CUADRO N°28: PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PRODUCCIÓN A OFERTAR	PARTIC. EN EL MERCADO
0	85.615	4.160	4,86%
1	100.834	4.160	4,13%
2	118.693	4.160	3,50%
3	139.646	4.160	2,98%
4	164.222	4.160	2,53%
5	193.044	4.160	2,15%

FUENTE: CUADRO N°24

ELABORACIÓN: LA AUTORA

Capacidad Administrativa: Al igual que en el campo financiero, debe tenerse claro el panorama respecto a si para la operación de nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender .

CUADRO N°29: CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

CANTIDAD	PERSONAL	TÍTULO PROFESIONAL
1	GERENTE	ING. COMERCIAL O ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
1	SECRETARIA	TÍTULO DE TERCER NIVEL, ESTUDIOS EN SECRETARIADO
1	CONTADORA	TITULO DE TERCER NIVEL EN CONTABILIDAD

FUENTE: INVESTIGACIÓN PERSONAL

AUTORA: YADIRA LANCHE

Capacidad Financiera: Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante el analizar las condiciones económicas-financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero. (Pasaca Mora, Formulación y Evaluación de Proyectos, 2004)

LOCALIZACIÓN

Es la ubicar geográficamente o el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

Factores de Localización

Acceso a la Materia Prima.- Este factor determina quienes van a ser los que nos provean de la materia prima en este caso la tela para la producción de ropa para bebés de 0 a 6 meses de edad; la empresa que nos ofrecerá la materia prima es el COMERCIAL GRAN COLOMBIA, esta empresa ofrece tela de todo tipo de material y de la mejor calidad.

Cercanía al Mercado.- La Empresa se ubicará en el Centro de la Ciudad de Loja, en la Calle Lauro Guerrero entre la calle Azuay y Miguel Riofrio, en donde se arrendará un local, el mismo que se adecuará de acuerdo a las condiciones de la Empresa.

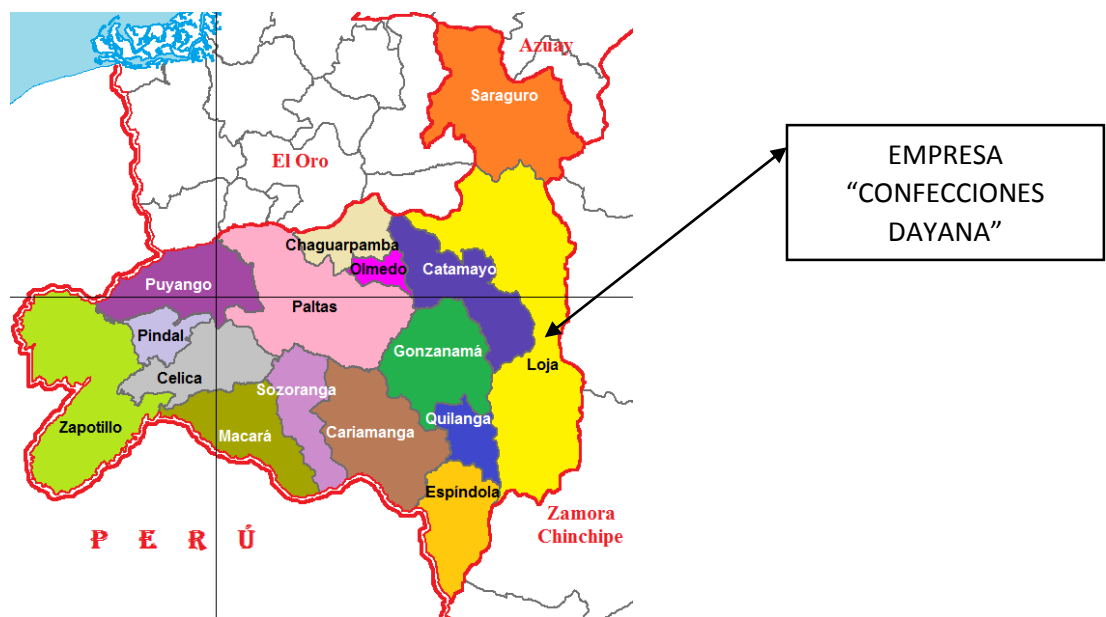
Vías de Comunicación.- El lugar donde se va ubicar empresa si consta con vías de comunicación de primer orden ya que es en el centro de la Ciudad.

Servicios Básicos.- El centro de la Ciudad cuenta con servicios básicos como son: agua potable, alumbrado eléctrico, energía eléctrica y servicio telefónico.

Mano de obra disponible.- El recurso humano que se va a utilizar para la producción de ropa o prendas para los bebés de 0 a 6 meses de edad, se lo contratará en la Ciudad de Loja.

Macrolocalización

Tiene la relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.



Microlocalización

En este punto se da la representación geográfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en la cual se implementara la empresa dentro de un mercado local. **Calle Lauro Guerrero entre Calle Miguel Riofrío y calle Azuay**



INGENIERIA DEL PROYECTO

La finalidad, es suministrar la información técnica necesaria para realizar la evaluación económica -financiera del proyecto y no tiene el alcance requerido para su construcción o instalación.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

Consiste en determinar que maquinaria y equipos permitirán llevar a efecto el proceso productivo y que este aborde a los niveles de producción esperados. La tecnología debe responder a ciertas condiciones de mercado, pues la misma no deberá ser acorde a las necesidades del proyecto. La tecnología a utilizar para el desarrollo del presente proyecto se detalla a continuación:

Maquinaria para la Confección de Prendas será Máquina de Coser Overlok y Sicsac.

GRÁFICO



La Máquina de Coser

Es el conjunto de mecanismos combinados que permiten hacer mecánicamente la mayoría de los puntos de costura y bordados, la máquina de coser tiene una capacidad de elaborar una gran cantidad de prendas, gracias a su eficiencia y eficacia. Se caracterizan como "Brazo Libre", "Doble altura de Prénsatelas", o uso de "Aguja Gemela", además tiene 13 tipos de puntada y es ideal para labores de costura básicas incluye un juego de 10 accesorios, iluminación integrada facilita el trabajo, y el asa permite moverla cómodamente.

Partes de la Máquina de Coser:

- **Porta hilo:** Parte de la máquina que sirve para ubicar el carrete del hilo.
- **Tornillo de presión:** Parte de la máquina que permite presionar el prénsatela.
- **Discos de tensión:** Parte de la máquina en forma de platillos que permiten puntada floja.
- **Palanca de tira hilo:** Parte de la máquina en forma de palanca que al tener movimiento de arriba hacia abajo permite desenrollar el hilo del cono.

- **Palanca de prénsatela:** Parte de la máquina en forma de palanca que manejada manualmente permite mover el prénsatela hacia arriba y hacia abajo.
- **Barra de aguja:** Es la parte de la máquina donde se sujeta la aguja con el tornillo de aguja.
- **Barra de prénsatela:** Es la barra que posee la máquina para sujetar el prénsatela con el tornillo.
- **Plancha corrediza:** Es la parte de la máquina que al correrse permite introducir la bobina con hilo a la caja de la bobina y cubrir el carril.

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

El estudio de Ingeniería del proyecto aporta los datos técnicos y económicos que faciliten establecer sus costos de construcción y explotación. Deben identificarse problemas de carácter técnico en la ejecución o aquellos que limiten la concreción del proyecto. En este estudio deben definirse los requerimientos de mano de obra, insumos, obras civiles, maquinaria, equipos para construcción y funcionamiento del proyecto.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

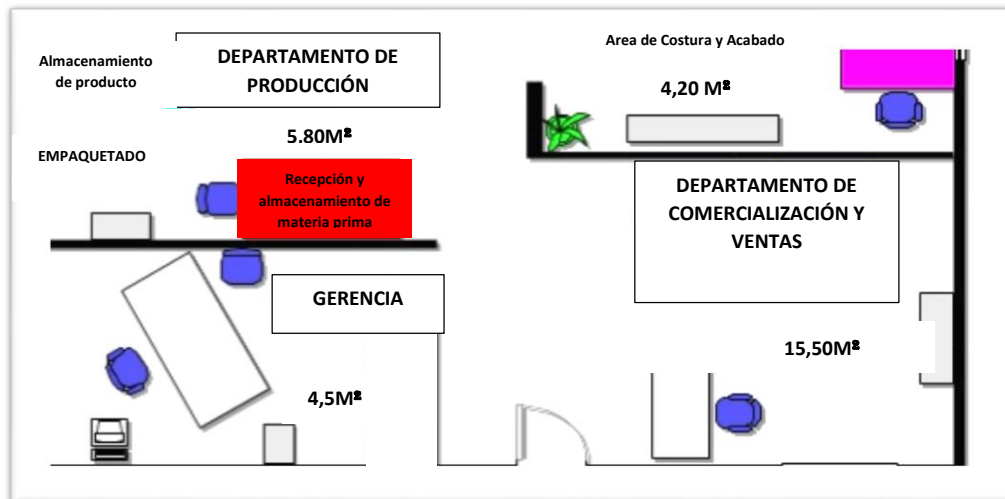
La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal, etc.

En la distribución de la planta se requieren treinta metros cuadrados distribuidos en:

Gerencia 4,50 m²

Departamento de producción 10 m².

Departamento de Comercialización y Ventas 15,50 m²









Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial, para el manejo interno.

1. **Recepción y Almacenamiento Materia Prima:** Se recibe la muestra del mameluco y habilitaciones (cierres y apliques decorativos).32 minutos
2. **Inspección de tela:** Se inspecciona la tela y sus habilitaciones, separando color. 9 minutos
3. **Transporte del Área de Costura y Acabado (Tela):** Se traslada las piezas de tela al área de costura. 9 minutos
4. **Ensamble de Piezas de Tela:** se realiza el ensamble de todas las piezas cortadas por medio de la máquina de coser. Las piezas tienen guías por donde se deberá realizar la costura. 128 minutos
5. **Acabado:** En esta etapa se colocan al mameluco, dobladillos, adornos y cierre, en este paso se utiliza la máquina de coser para confeccionar o a darle un modelo a la prenda. 240 minutos

- 6. Inspección:** en este proceso se controla la calidad de las prendas para comprobar el estado del producto terminado, que se encuentre en buen estado antes de sacarlo a la venta o a su respectiva distribución. 10 minutos
- 7. Etiquetar:** El etiquetado de las prendas será de forma manual. Se ha calculado teniendo en cuenta la destreza del operario, que pueda etiquetar las prendas. Una vez obtenido el producto terminado, se lo prepara para su distribución en el mercado. 20 minutos
- 8. Almacenamiento:** Se deben colocar las prendas en un lugar donde se lo pueda exhibir y a su vez puedan ser despachadas a los distintos puntos de venta. 10 minutos

Flujograma de Procesos

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción.

Simbología	
	Actividad u operación
	Transporte o Traslado
	Demora o Retraso
	Inspección
	Operación Combinada
	Actividad Almacenado

ESTUDIO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

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.

TIPO DE EMPRESA

BASE LEGAL

La nueva empresa se sujetará en la Constitución Política de la República del Ecuador y en la ley de Compañías, estará conformada por: **Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela** propietarias de la misma.

RAZÓN SOCIAL.

La razón social mediante la cual la empresa iniciará sus operaciones se denominará de la siguiente manera. "CONFECIONES DAYANA".

DOMICILIO

El domicilio de la empresa denominada. "CONFECIONES DAYANA", será en el la Ciudad de Loja, Provincia de Loja.

OBJETO SOCIAL.

El ente social de la empresa será la Confección De Ropa para bebés de 0 a 6 meses de edad, se llevará a cabo dentro de sus respectivas instalaciones y así se podrá prestar un producto de calidad a aquellas personas que desean proteger a sus criaturas de las alergias.

La empresa se establecerá mediante un contrato social el mismo que será registrado en el Registro Mercantil de la Ciudad de Loja. El mismo que tendrá un periodo de duración de 5 años, tiempo en el que la empresa estará en normal funcionamiento.

CAPITAL SOCIAL

La empresa estará conformada por la propietaria de la empresa que aportará con el 100% del total de la inversión, formando así el capital social de la empresa.

El monto total de la inversión es \$22.430,36 dólares americanos del cual el financiamiento externo será de \$2.000,00 dólares que equivalen al 9,47%, él mismo que se entregará en el momento de constituirse la compañía.

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

Señor Doctor. Ramiro Veintimilla

SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS DE LOJA.

Recurrimos ante su persona para usted autorice la iniciación del trámite respectivo para la constitución de una empresa "CONFECIONES DAYANA", con las siguientes cláusulas.

PRIMERO: (COMPARECIENTES).

Comparece ante su persona a suscribir esta escritura la Sra Yadira Elizabeth Lanche Puchaicela con cedula de identidad 1105658098, quien conforme acuerda constituir la presente compañía, la misma que se presidirá por las disposiciones de la ley de compañías y de los vigentes estatutos.

SEGUNDA: (ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA)**Art1. (DENOMINACIÓN.)**

La compañía se denominará: "CONFECIONES DAYANA".

Art 2. (OBJETO)

La actividad principal de la empresa es la confección de ropa antialérgica para bebés de 0 a 6 meses de edad, sujetándose a lo establecido por la ley.

Art 3. (DOMICILIO.)

El domicilio principal de la empresa será en la Ciudad de Loja Provincia de Loja.

Art 4. (PLAZO)

El tiempo de duración y por el cual se constituye la compañía es de cinco años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato en el registro mercantil autorizado por la superintendencia de compañías.

Art 5. (CAPITAL)

El capital de la compañía es de \$24.420,36 dólares.

Art 6. (DEL GERENTE)

El Gerente es la autoridad ejecutiva superior de la compañía y tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma, sus atribuciones son:

- a) Citar e intervenir como Secretario en las sesiones de Junta General y suscribir con el Presidente las actas.
- b) Reconocer los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico;
- c) Representar legalmente a la compañía.
- d) A falta de Gerente este será subrogado por el Presidente con todas sus atribuciones.

Art 7. (RELEVO DE FUNCIONES)

Los funcionarios elegidos por los periodos Señalados en estos estatutos continuarán en el desempeño de los cargos hasta ser remplazados legalmente.

Art 8. (FONDOS DE RESERVA)

La sociedad constituirá un fondo de reserva como mínimo el 10% del capital social.

Art 9. (Declaraciones).- El capital con el que se constituye la compañía. "CONFECIONES DAYANA", ha sido suscrito y pagado en su totalidad en con participaciones iguales, el mismo que será depositado en efectivo en una de las

cuentas bancarias de la ciudad para la compañía, como cuenta de integración de capital, cuyo certificado se agrega a la escritura como certificado habilitante.

Los socios de la compañía autorizan al Dr. Ramiro Bustamante abogado de la empresa para que se encargue de los trámites pertinentes encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designará presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta Usted señor notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

Ramiro Veintimilla

ABOGADO

ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Organigrama Estructural:

Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa permitiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforma la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos.

Organigrama Funcional:

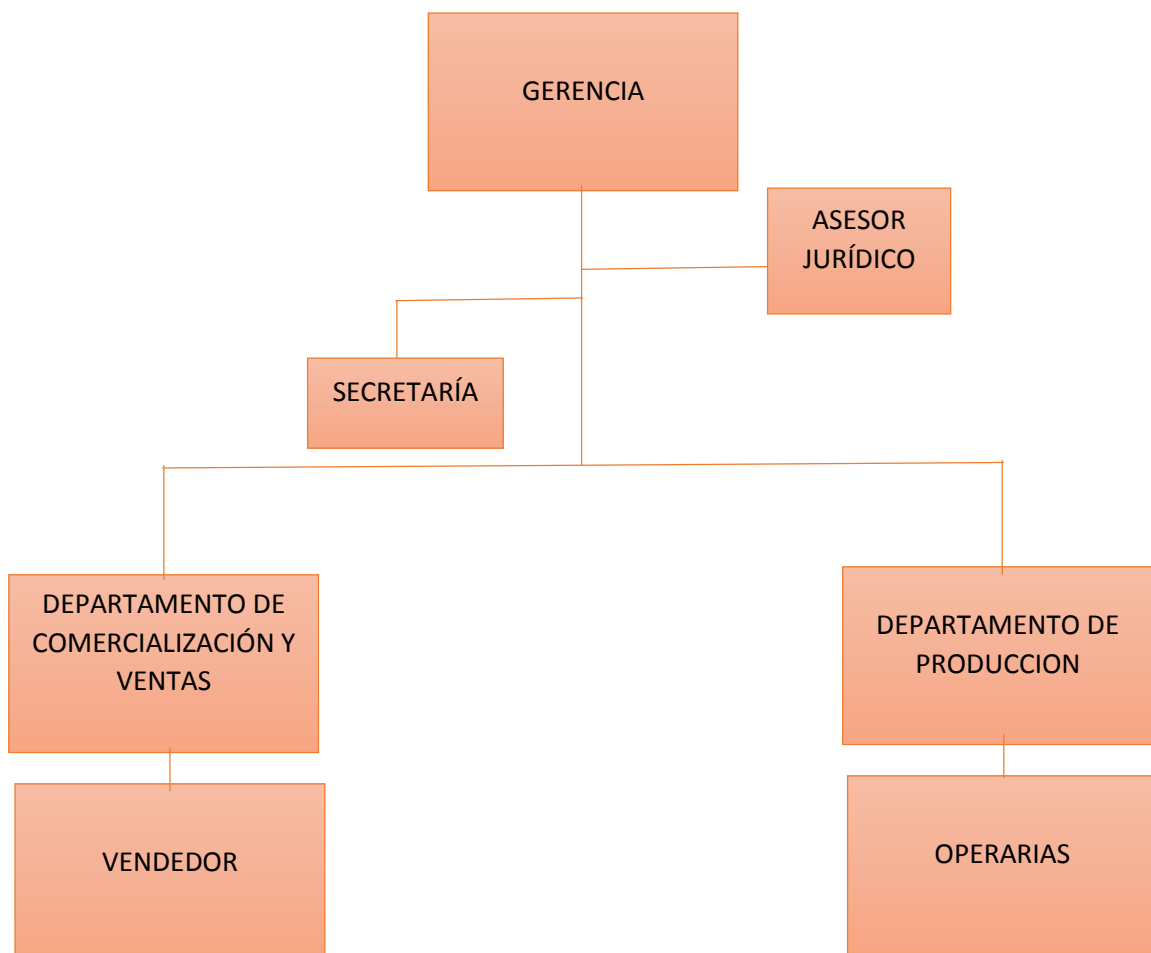
En este organigrama se presenta o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa de la Empresa.

Organigrama Posicional: Recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales, así como también el sueldo que gana cada uno de ellos.

ORGANIGRAMA

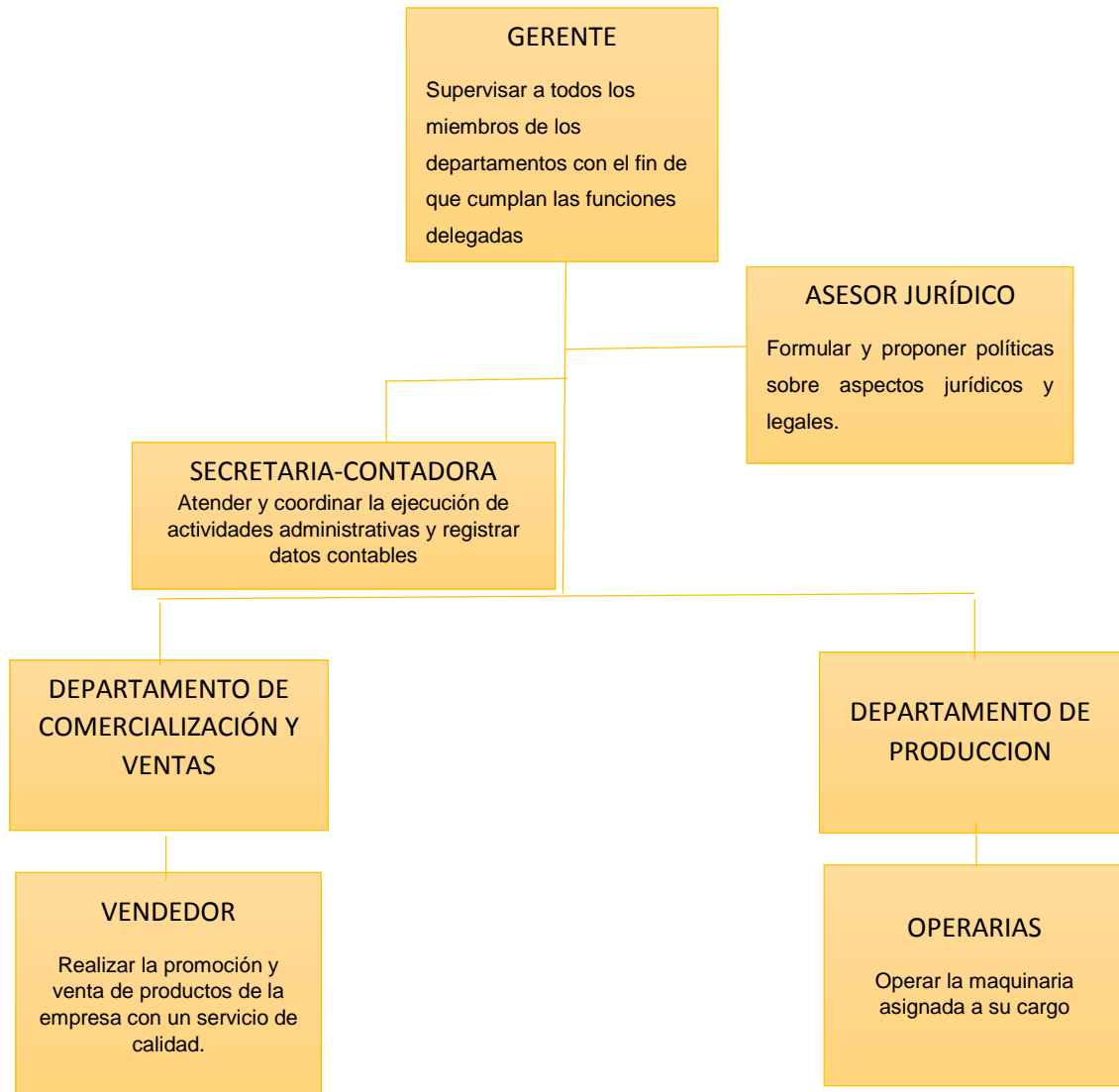
Estos esencialmente se representan en forma gráfica, su organización y estructura de la empresa, mostrando las interrelaciones, funciones, niveles jerárquicos y autoridad. Así mismo el organigrama representa la estructura planificada y sintetizada con el objetivo de alcanzar los fines empresariales.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



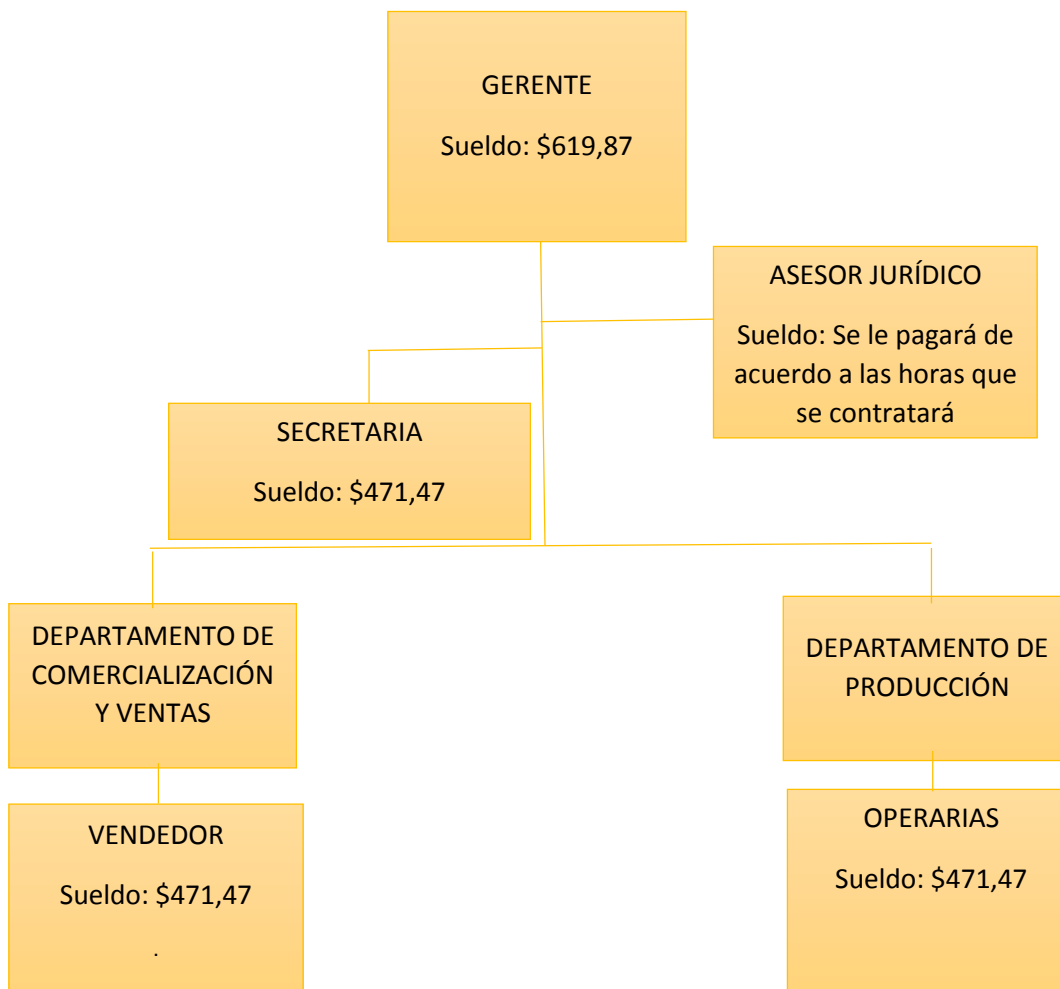
FUENTE: Investigación Personal
ELABORACIÓN: La Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



FUENTE: Investigación Personal

ELABORACIÓN: La Autora


ORGANIGRAMA POSICIONAL


FUENTE: Investigación Personal


ELABORACIÓN: La Autora


DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES


A continuación se especifica el manual de funciones del negocio, esta herramienta tiene por objeto establecer explícitamente y con claridad las actividades que se desarrollaran para obtener éxito en la actividad empresarial plateada "venta de ropa para bebés".

 <p>"CONFECCIONES DAYANA"</p>	MANUAL DE FUNCIONES
CÓDIGO	01
DENOMINACIÓN DEL GARGO	GERENTE
SUPERIOR INMEDIATO	GERENTE
NATURALEZA DEL TRABAJO	Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li style="text-align: center;">❖ Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente; ❖ Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía; <ul style="list-style-type: none"> ❖ Dirigir la gestión económico - financiera de la compañía; ❖ Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía; ❖ Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el presidente, hasta por el monto para el que está autorizado. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	<ul style="list-style-type: none"> <li style="text-align: center;">❖ Emprendedor <li style="text-align: center;">❖ Negociador <li style="text-align: center;">❖ Entusiasta <li style="text-align: center;">❖ Vigilador de las actividades de sus subordinados
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Poseer título a nivel universitario de Administrador Ingeniería Comercial. ❖ Acreditar tres años de experiencia en Administración ❖ Acreditar experiencia en el manejo de personal. ❖ Cursos de relaciones humanas.

 <p>“CONFECCIONES DAYANA”</p>	MANUAL DE FUNCIONES
CÓDIGO	02
DENOMINACIÓN DEL GARGO	ASESOR JURÍDICO
SUPERIOR INMEDIATO	GERENTE
NATURALEZA DEL TRABAJO	Atender los asuntos jurídicos legales de la empresa asesorando y prestando asistencia a la gestión de los órganos de la Alta Dirección y demás Unidades Organizativas.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente; ❖ Estudiar e informar expedientes de carácter técnico legal ❖ Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico. ❖ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Participar en procesos contractuales. ❖ Asesorar a los accionistas en lo relacionado al aspecto legal. ❖ Realizar los trámites legales de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Investigador ❖ Manejar buenas relaciones ❖ Intermediador
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser Abogado o Doctor en Jurisprudencia ❖ Conocer sobre administración bancaria. ❖ Experiencia en casos similares (2 años)

 <p>“CONFECCIONES DAYANA”</p>	MANUAL DE FUNCIONES
CÓDIGO	03
DENOMINACIÓN DEL GARGO	CONTADORA
SUPERIOR INMEDIATO	GERENTE
NATURALEZA DEL TRABAJO	Tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mecnografiado de memorandos, formularios contables, oficios y movimientos de personal. ❖ Mantiene mediante agenda el cumplimiento de tareas de rutina trimestral. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Mantener al día los archivos generales de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Organizar la mensajería diariamente ❖ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecidos por la empresa. ❖ Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por la Contabilidad. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Preparar estados financieros de la empresa 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Persona de buen trato, amable, cortés y seria. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Excelente redacción y ortografía. ❖ Facilidad de expresión verbal y escrita <ul style="list-style-type: none"> ❖ Persona proactiva y organizada. ❖ Facilidad para interactuar en grupos. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser transparente, leal y ético.
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Título en Contabilidad y Auditoría <ul style="list-style-type: none"> ❖ Experiencia mínima 2 años ❖ Curso de Secretariado y contabilidad <ul style="list-style-type: none"> ❖ Manejo de Programas Contables ❖ Manejo fluido de utilitarios de Office (Word, Excel, PowerPoint) <ul style="list-style-type: none"> ❖ Buenas relaciones humanas

 <p>"CONFECCIONES DAYANA"</p>	MANUAL DE FUNCIONES
CÓDIGO	04
DENOMINACIÓN DEL GARGO	OPERARIAS
SUPERIOR INMEDIATO	GERENTE
NATURALEZA DEL TRABAJO	Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Operar, cuidar y custodiar la maquinaria a su cargo. ❖ Procesar la materia prima y obtener un producto final de buena calidad. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Informar sobre el requerimiento de materiales e insumos. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Pesar la cantidad de materia prima a procesar <ul style="list-style-type: none"> ❖ Vigilar el proceso productivo. ❖ Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo <ul style="list-style-type: none"> ❖ Evitar desperdicios de materiales. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsable ❖ Puntual ❖ Habilidad para manejar equipos
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bachiller en Educación media. ❖ Conocimiento de manejo de maquinaria ❖ Buen estado de salud física y mental ❖ Relaciones interpersonales.

 <p>“CONFECCIONES DAYANA”</p>	MANUAL DE FUNCIONES
CÓDIGO	05
DENOMINACIÓN DEL GARGO	VENDEDOR
SUPERIOR INMEDIATO	JEFE DE VENTAS
NATURALEZA DEL TRABAJO	COLABORAR CON LAS LABORES DE VENTAS DEL PRODUCTO A LOS INTERMEDIARIOS
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Colaborar con planes de marketing con el Jefe de Ventas <ul style="list-style-type: none"> ❖ Hacer llegar el producto a los intermediarios ❖ Informar a los intermediarios sobre las políticas de venta y promoción de la empresa <ul style="list-style-type: none"> ❖ Mantener las buenas relaciones interpersonales <ul style="list-style-type: none"> ❖ Hacer conocer el producto ❖ Realizar pronósticos de ventas ❖ Visitar a los clientes 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Entusiasta ❖ Emprendedor ❖ Don de gentes ❖ Facilidad de palabra · ❖ Poder de convencimiento
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tener título en administración en Mercadotecnia o economía. ❖ Experiencia mínima dos años ❖ Capacitación en mercadeo ❖ Cursos de relaciones humanas

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

Son aquellos desembolsos de efectivo que se realizan para la adquisición de bienes y enseres como: (terrenos, construcciones, instalaciones, muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, maquinaria y equipo, herramientas, edificios, vehículos), los mismos que permiten llevar a efecto las actividades administrativas-financieras y productivas en la empresa.

Gran parte de estos bienes y enseres se los tiene que adquirir antes de la fase de operación. Las inversiones que se realizarán son:

- Inversiones en Activos Fijos
- Inversiones en Activos Diferidos
- Inversiones en Capital de Trabajo

Inversión en Activos Fijos

Son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo, o son el complemento necesario para operación normal de la empresa.

Maquinaria y Equipo

Dentro de este rubro se agrupan los valores correspondientes a las erogaciones para dotar la empresa de la tecnología necesaria para realizar el proceso productivo. El monto que asciende este rubro es de \$425,00

CUADRO N° 30: Maquinaria y Equipo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MAQUINA DE COSER COSTURA RECTA Y OVERLOCK	425,00	425,00
	TOTAL		425,00

Fuente: Repuestos Originales

Elaboración: La Autora

Herramientas

Dentro de este rubro se agrupan todos aquellos implementos que se utilizan para la confección de la ropa de bebé. El monto que asciende este rubro es de \$32,50

CUADRO N° 31: Herramientas

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	SET DE REGLAS PARA TRAZADO	25,00	25,00
2	TIJERAS	3,50	7,00
2	CINTA MÉTRICA	0,25	0,50
	TOTAL		32,50

Fuente: investigación propia

Elaboración: La Autora

Muebles de Trabajo

Constituyen todos aquellos bienes que permiten realizar actividades de trazado y cortado de la materia prima en producto terminado o acabado. El monto al que asciende el presente rubro es de \$336,00.

CUADRO N° 32: Muebles de Trabajo

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MESA PARA TRABAJO	280,00	280,00
2	SILLAS	28,00	56,00
	TOTAL		336,00

Fuente: investigación propia

Elaboración: La Autora

Equipos de Oficina

Se consideran los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan de forma eficiente. El monto al que asciende el presente rubro es de \$90,00

CUADRO N° 33: Equipos de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	SUMADORA	90,00	90,00
	TOTAL		90,00

Fuente: investigación propia

Elaboración: La Autora

Equipo de Computación

Son aquellos equipos que permiten que las actividades comerciales y mercantiles se las realicen en forma rápida y eficiente. El monto al que asciende el presente rubro es de \$850,00

CUADRO N° 34: Equipo de Computación

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	COMPUTADORA PORTATIL HP	850,00	850,00
	TOTAL		850,00

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres

Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de las oficinas de acuerdo a la función para la que fueron diseñadas. El monto al que asciende el presente rubro es de \$480,00

CUADRO N° 35: Muebles y Enseres

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	ESCRITORIO EJECUTIVO	120,00	120,00
2	ESCRITORIO NORMAL	100,00	200,00
1	ARCHIVADOR	90,00	90,00
2	SILLAS	35,00	70,00
	TOTAL		480,00

Fuente: investigación propia

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 36: RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DENOMINACIÓN	TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	425,00
HERRAMIENTAS	32,50
MUEBLES DE TRABAJO	336,00
EQUIPOS DE OFICINA	90,00
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00
MUEBLES Y ENSERES	480,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	2.213,50

Fuente: Cuadros de resumen

Elaboración: La Autora

INVERSION DE ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos intangibles o diferidos constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas. El monto al que asciende el presente rubro es de \$1.510,00

CUADRO N° 37: INVERSION DE ACTIVOS DIFERIDOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	UNIDAD	ESTUDIOS PRELIMINARES	\$ 530,00	\$ 530,00
1	UNIDAD	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 380,00	\$ 380,00
30	METROS CUADRADOS	ADECUACIONES	\$ 20,00	\$600,00
		TOTAL		\$ 1.510,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Son los recursos que deben estar siempre en la empresa para financiar el desfase natural que se produce en la mayoría de los proyectos entre la ocurrencia de los egresos, primero, y su posterior recuperación.

Existen inversiones que, aunque se realiza, son irrelevantes para la decisión de hacer o no el proyecto, ya que el desembolso igualmente deberá ocurrir, por ejemplo: un estudio de la viabilidad del propio proyecto.

MATERIA PRIMA

Está formada por todos aquellos materiales que serán objeto de transformación en el proceso productivo, para poder lograr el producto terminado.

MATERIA PRIMA DIRECTA

Es aquel material que forma parte constitutiva del producto fabricado, que se identifica totalmente con él y que por su relevancia en el costo, es necesario medir o cuantificar específicamente con relación a un lote o producto terminado.

Este concepto apunta a que es necesario tener en cuenta que no serán materia

prima directa aquellos materiales que por su escasa cantidad utilizada o por su valor poco significativo, no justifique el que sean medidos específicamente para conocer su incidencia en el costo del producto. El monto al que asciende el presente rubro es de \$ 4.802,40 anuales.

CUADRO N°38: MATERIA PRIMA DIRECTA DE MAMELUCOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
2.088	YARDAS DE TELA VARIOS COLORES	2,30	4.802,40
	TOTAL ANUAL		4.802,40
	TOTAL MENSUAL		400,20

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Es aquel material que forma parte del producto terminado, pero que no lo identifica y que en muchas oportunidades representan una pequeña cantidad o también un valor monetario de pequeño monto. El monto al que asciende el presente rubro es de \$3.352,60 anuales.

CUADRO N°40: MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
4.160	APLIQUES DECOTRATIVOS	0,45	1.872,00
41	TUBINOS DE HILO de 1000 m DE COLORES	0,60	24,60
4.160	CIERRES DE 40 CM	0,35	1.456,00
	TOTAL ANUAL		3.352,60
	TOTAL MENSUAL		279,38

CUADRO N°42: SUELDOS Y SALARIOS DE PRODUCCIÓN

ORDEN	DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	APORTE PATRONAL 12, 15%	TOTAL A PAGAR
1	OBRERO	366,00	30,50	30,50	44,47	471,47
	TOTAL MENSUAL					471,47
	TOTAL ANUAL					5.657,63

Fuente: Ministerio De Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA

Es el trabajo emprendido para cuidar y restaurar hasta un nivel económico, todos y cada uno de los medios de producción existentes en una planta. El monto al que asciende el presente rubro es de \$30,00 anuales.

CUADRO N°43: MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	ACEITE DE MÁQUINA DE COSER DE 90 ml	2,50	2,50
	TOTAL MENSUAL		2,50
	TOTAL ANUAL		30,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

CUADRO N°44: RESUMEN DE COSTOS PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	606,67	7.280,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	279,38	3.352,60
MANO DE OBRA	471,47	5.657,63
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	2,50	30,00
TOTAL	1.360,02	16.320,23

Fuente: Cuadros del 40 AL 43

Elaboración: La Autora

COSTOS OPERATIVOS

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo.

SUELDOS Y SALARIOS

Se considera como tal toda cantidad recibida en dinero o en especie (otros bienes: es el que se paga con comida, productos, habitación, servicios, etc.) como consecuencia de la prestación por el trabajador de servicios para una

empresa, incluidos los meses de vacaciones. El monto al que asciende el presente rubro es de \$13.108,05 anuales.

CUADRO N°45: SUELDOS Y SALARIOS

ORDEN	DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL A PAGAR
1	GERENTE	490,00	40,83	30,50	59,54	620,87
2	SECRETARIA-CONTADORA	366,00	30,50	30,50	44,47	471,47
	TOTAL MENSUAL					1.092,34
	TOTAL ANUAL					13.108,05

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos se detallan mensualmente. El servicio de internet es útil para realizar transacciones bancarias, pagos de impuestos, Seguro Social y diversas consultas. El monto al que asciende el presente rubro es de \$847,20 anuales.

CUADRO N°46: SERVICIOS BÁSICOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
138	Kw/H	LUZ	0,20	27,60
30	m ³	AGUA	0,40	12,00
110	MINUTOS	TELÉFONO	0,10	11,00
1	UNIDAD	INTERNET INALÁMBRICO	20,00	20,00
		TOTAL MENSUAL		70,60
		TOTAL ANUAL		847,20

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

ÚTILES DE OFICINA

Son las asignaciones destinadas a cubrir las erogaciones para la adquisición de papelería y útiles necesarios en el desarrollo de las actividades administrativas.

El monto al que asciende el presente rubro es de \$475,32 anuales.

CUADRO N°47: ÚTILES DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	UNIDAD	GRAPADORA	7,00	7,00
1	UNIDAD	PERFORADORA	13,50	13,50
1	UNIDAD	RESMA DE HOJAS DE PAPEL A4	3,50	3,50
1	UNIDAD	CARPETA FOLDER	0,20	0,20
1	UNIDAD	CAJA DE GRAPAS ALEX N°10	0,18	0,18
1	UNIDAD	CAJA DE CLIPS	0,23	0,23
1	UNIDAD	CAJA DE ESFEROS	4,00	4,00
1	UNIDAD	SELLO	8,00	8,00
1	UNIDAD	TINTA	3,00	3,00
		TOTAL MENSUAL		39,61
		TOTAL ANUAL		475,32

Fuente: La Reforma

Elaboración: La Autora

ÚTILES DE LIMPIEZA

Son todos aquellos productos e insumos que se utilizan en forma diaria para el mantenimiento de las áreas a trabajar. El monto al que asciende el presente rubro es de \$417,00 anuales.

CUADRO N°48: ÚTILES DE LIMPIEZA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	UNIDAD	ROLLO DE PAPEL HIGIÉNICO GRANDES	3,10	3,10
1	UNIDAD	JABÓN DE TOCADOR	18,00	18,00
1	UNIDAD	AMBIENTALES	4,00	4,00
1	UNIDAD	COLORO	1,15	1,15
1	UNIDAD	ESCOBA PLÁSTICA CERDA SUAVE	2,50	2,50
1	UNIDAD	RECOGEDOR DE BASURA	2,00	2,00
2	UNIDAD	FRANELAS	2,00	4,00
		TOTAL MENSUAL		34,75
		TOTAL ANUAL		417,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

GASTO DE ARRIENDO

Es un contrato por el medio una parte se compromete a transferir temporalmente el uso de una cosa mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio. El monto al que asciende el presente rubro es de \$2.160,00 anuales.

CUADRO N° 49: GASTO DE ARRIENDO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL
1	ARRIENDO DE LOCAL EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE LOJA	180,00
	TOTAL MENSUAL	180,00
	TOTAL ANUAL	2.160,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 50: RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DENOMINACIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	1.075,88	12.910,55
SERVICIOS BÁSICOS	70,60	847,20
ÚTILES DE OFICINA	39,61	475,32
ÚTILES DE LIMPIEZA	34,75	417,00
GASTO. ARRIENDO	180,00	2.160,00
TOTAL	1.400,84	16.810,07

Fuente: Cuadro del 45 al 49

Elaboración: La Autora

GASTO DE VENTA

Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas.

GASTO TRANSPORTE

Son los costos incurridos por el envío de productos desde el productor o el distribuidor hasta un cliente o consumidor. El monto al que asciende el presente rubro es de \$2.160,00 anuales.

CUADRO N° 51: GASTO TRANSPORTE

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	UNIDAD	TRANSPORTE	1,5	6,00
		TOTAL MENSUAL		6,00
		TOTAL ANUAL		72,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

GASTO DE PUBLICIDAD

Cantidad gastada en medios de comunicación en un período determinado. Aunque se le suele llamar incorrectamente inversión publicitaria, aludiendo a la idea de tratarse de un gasto bien hecho que produce un valor que permanece en el tiempo, es un gasto más que se repite más o menos periódicamente y que debe justificarse en función del cumplimiento de unos objetivos de comunicación. El monto al que asciende el presente rubro es de \$960,00 anuales.

CUADRO N°52: GASTO DE PUBLICIDAD

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
12	ANUAL	CUÑA RADIO 3 PASADAS DIARIAS	80,00	960,00
		TOTAL ANUAL		960,00
		TOTAL MENSUAL		80,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

MATERIAL DE EMBALAJE

Los materiales de embalaje están destinados a incluir o agrupar los materiales que se deben embalar. En otras palabras, el material que debe embalsarse se puede embalar dentro o encima del material de embalaje. El material de embalaje puede ser un portador de carga. El monto al que asciende el presente rubro es de \$2688,00 anuales.

CUADRO N°53: MATERIAL DE EMBALAJE

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	CIENTO	FUNDAS CON LOGOTIPO	2,80	11,20
		TOTAL MENSUAL		11,20
		TOTAL ANUAL		134,40

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 54: RESUMEN DE GASTO DE VENTA

DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GASTO TRANSPORTE	6,00	72,00
GASTO DE PUBLICIDAD	80,00	960,00
MATERIAL DE EMBALAJE	11,20	134,40
TOTAL	97,20	1.166,40

Fuente: Cuadro N° 51 al Cuadro N° 53

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 55: INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
ACTIVOS FIJOS	2.213,50
MAQUINARIA Y EQUIPO	425,00
HERRAMIENTAS	32,50
MUEBLES DE TRABAJO	336,00
EQUIPOS DE OFICINA	90,00
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00
MUEBLES Y ENSERES	480,00
ACTIVOS DIFERIDOS	1.510,00
ESTUDIOS PRELIMINARES	530,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	380,00
ADECUACIONES	600,00
CAPITAL DE TRABAJO	
COSTO DE PRODUCCIÓN	1.360,02
MATERIA PRIMA DIRECTA	606,67
MATERIA PRIMA INDIRECTA	279,38
MANO DE OBRA	471,47
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	2,50
GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.007,57
SUELDOS Y SALARIOS	13.108,05
SERVICIOS BÁSICOS	847,20
UTILES DE OFICINA	475,32
ÚTILES DE LIMPIEZA	417,00
GASTO ARRIENDO	2.160,00
GASTO DE VENTAS	1.166,40
GASTO TRANSPORTE	72,00
GASTO DE PUBLICIDAD	960,00
MATERIAL DE EMBALAJE	134,40
TOTAL DE INVERSIÓN	23.257,49
IMPREVISTOS 5%	1.162,87
TOTAL INVERSIÓN	24.420,36

FUENTE: CUADRO N°36, CUADRO N°37, CUADRO N°44, CUADRO N°50, CUADRO N°54

ELABORACIÓN: LA AUTORA

FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

Fuentes internas, constituida por el aporte de los socios.

Fuentes externas: constituida normalmente por las entidades financieras y estatales

CUADRO N°56: FUENTES DE FINANCIAMIENTO**CUADRO N° 57: FUENTE Y USOS**

FUENTE USOS	FUENTE INTERNA	FUENTE EXTERNA
ACTIVOS FIJOS	213,50	
MAQUINARIA Y EQUIPO		425,00
HERRAMIENTAS	32,50	
MUEBLES DE TRABAJO	181,00	155,00
EQUIPOS DE OFICINA		90,00
EQUIPO DE COMPUTACION		850,00
MUEBLES Y ENSERES		480,00
ACTIVOS DIFERIDOS	1.510,00	
ESTUDIOS PRELIMINARES	530,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	380,00	
ADECUACIONES	600,00	
CAPITAL DE TRABAJO		
COSTO DE PRODUCCIÓN	1.360,02	
MATERIA PRIMA DIRECTA	606,67	
MATERIA PRIMA INDIRECTA	279,38	
MANO DE OBRA	471,47	
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	2,50	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.007,57	
SUELDOS Y SALARIOS	13.108,05	
SERVICIOS BÁSICOS	847,20	
UTILES DE OFICINA	475,32	
ÚTILES DE LIMPIEZA	417,00	
GASTO ARRIENDO	2.160,00	
GASTO DE VENTAS	1.166,40	
GASTO TRANSPORTE	72,00	
GASTO DE PUBLICIDAD	960,00	
MATERIAL DE EMBALAJE	134,40	
TOTAL DE INVERSIÓN	21.257,49	
IMPREVISTOS 5%	1.162,87	
TOTAL INVERSIÓN	22.420,36	2000,00

Fuente: CUADRON°55

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 57: DEPRECIACIONES

ACTIVO	COSTO DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL
PRODUCCIÓN					
MAQUINARIA Y EQUIPO	425,00	10 AÑOS	10%	42,50	212,50
HERRAMIENTAS	32,50	5 AÑOS	10%	6,50	0,00
MUEBLES DE TRABAJO	336,00	10 AÑOS	10%	33,60	168,00
ADMINISTRACIÓN					
EQUIPOS DE OFICINA	90,00	10 AÑOS	10%	9,00	45,00
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00	3 AÑOS	3,33%	283,33	0,00
MUEBLES Y ENSERES	480,00	10 AÑOS	10%	48,00	240,00

FUENTE: CUADRO N°36
ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO N°58: REINVERSIÓN ACTIVOS FIJOS

ACTIVO	COSTO ACTIVO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	952,00	3 AÑOS	3,33%	317,33	0,00

FUENTE: CUADRO N°36
ELABORACIÓN: LA AUTORA

COSTO DE PRODUCCIÓN

CUADRO N°59: RESUMEN COSTO DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	7.280,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	3.352,60
MANO DE OBRA	5.657,63
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	2,50
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	42,50
DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS	6,50
DEPRECIACIÓN MUEBLES DE TRABAJO	33,60
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	16.375,33

FUENTE: CUADRO N°44

ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO N° 60: RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	13.108,05
SERVICIOS BÁSICOS	847,20
ÚTILES DE OFICINA	475,32
ÚTILES DE LIMPIEZA	417,00
GASTO ARRIENDO	2.160,00
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA	9,00
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACION	283,33
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	48,00
TOTAL COSTO DE ADMINISTRACIÓN	17.299,90

Elaboración: La Autora

GASTOS FINANCIEROS: Aquellos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas.

AMORTIZACIÓN

Es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes.

Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

CUADRO N° 61: TABLA DE AMORTIZACIÓN**Capital:** \$2000**Interés:** 16%**Plazo:** 5 AÑOS (Semestral)

PERÍODO	NUEVO CAPITAL	INTERÉS	USD AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	VALOR LIBROS
0					2000,00
1	2000,00	53,33	200,00	253,33	1800,00
2	1800,00	48,00	200,00	248,00	1600,00
3	1600,00	42,67	200,00	242,67	1400,00
4	1400,00	37,33	200,00	237,33	1200,00
5	1200,00	32,00	200,00	232,00	1000,00
6	1000,00	26,67	200,00	226,67	800,00
7	800,00	21,33	200,00	221,33	600,00
8	600,00	16,00	200,00	216,00	400,00
9	400,00	10,67	200,00	210,67	200,00
10	200,00	5,33	200,00	205,33	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

CUADRO 62: RESUMEN DE GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERESES	101,33	80,00	58,67	37,33	16,00

Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

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.

CUADRO N° 63: OTROS GASTOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	AMORTIZACIÓN (5 AÑOS)
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.510,00	\$ 302,00

Fuente: Cuadro de Activos Diferidos

Elaboración: La Autora

$$\text{Amortización AD} = \frac{\sum \text{Activos Diferidos}}{5 \text{ años}}$$

$$\text{Amortización AD} = \frac{1.510}{5 \text{ años}}$$

$$\text{Amortización AD} = 302,00$$

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

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

CUADRO N° 64: COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
MATERIA PRIMA DIRECTA	7.280,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	3.352,60
MANO DE OBRA	5.657,63
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	2,50
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	16.290,23
COSTOS OPERATIVOS	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.007,57
SUELDOS Y SALARIOS	13.108,05
SERVICIOS BÁSICOS	847,20
ÚTILES DE OFICINA	475,32
ÚTILES DE LIMPIEZA	417,00
GASTO ARRIENDO	2.160,00
GASTO DE VENTAS	1.166,40
GASTO TRANSPORTE	72,00
GASTO DE PUBLICIDAD	960,00
MATERIAL DE EMBALAJE	134,40
GASTOS FINANCIEROS	58,67
INTERESES	58,67
OTROS GASTOS	302,00
ACTIVOS DIFERIDOS	302,00
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	18.534,63
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	34.824,86

FUENTE: CUADRO N°55 Y CUADRO N° 62

ELABORACIÓN: LA AUTORA

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN DE MAMELUCO

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

$$CUP = \frac{34.824,8}{4160}$$

$$CUP = 8,37$$

PRESUPUESTO PROFORMADO

Instrumento financiero que estima los ingresos que se obtendrán en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos parte los ingresos y egresos. La inflación en este año es del 4,55%, pero por situación de inestabilidad económica en el país se deja un porcentaje del 5% como inflación.

CUADRO N°65: PRESUPUESTO PROFORMADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
MATERIA PRIMA DIRECTA	7.280,00	7.644,00	8.026,20	8.427,51	8.848,89
MATERIA PRIMA INDIRECTA	3.352,60	3.520,23	3.696,24	3.881,05	4.075,11
MANO DE OBRA	5.657,63	5.940,51	6.237,53	6.549,41	6.876,88
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	2,50	2,63	2,76	2,89	3,04
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	42,50	42,50	42,50	42,50	42,50
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS	6,50	6,50	6,50	6,50	6,50
DEPRECIACION DE Muebles de Trabajo	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	16.375,33	17.189,96	18.045,33	18.943,47	19.886,51
COSTOS OPERATIVOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS Y SALARIOS	13.108,05	13.763,45	14.451,62	15.174,20	15.932,91
SERVICIOS BÁSICOS	847,20	889,56	934,04	980,74	1.029,78
ÚTILES DE OFICINA	475,32	499,09	524,04	550,24	577,75
ÚTILES DE LIMPIEZA	417,00	437,85	459,74	482,73	506,87
GASTO ARRIENDO	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION	283,33	283,33	283,33	317,33	317,33
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
GASTO DE VENTAS					
GASTO TRANSPORTE	72,00	75,60	79,38	83,35	87,52
GASTO DE PUBLICIDAD	960,00	1008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
MATERIAL DE EMBALAJE	134,40	141,12	148,18	155,58	163,36
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES SOBRE CRÉDITO	101,33	80,00	58,67	37,33	16,00
OTROS GASTOS					
AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO	302,00	302,00	302,00	302,00	302,00
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	18.917,63	19.805,00	20.737,80	21.752,31	22.782,91
REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	-	-	-	952,00	-
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	35.292,96	36.994,96	38.783,13	39.743,78	42.669,42

FUENTE: CUADRO N°55, CUADRO N°57, CUADRO N°58, CUADRO N°61, CUADRO N°62

ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO N°66: ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INGRESOS
1	35.292,96	4.160	8,48	11,45	47.645,50
2	36.994,96	4.160	8,89	12,01	49.943,20
3	38.783,13	4.160	9,32	12,59	52.357,23
4	39.743,78	4.160	9,55	12,90	53.654,10
5	42.669,42	4.160	10,26	13,85	57.603,71

Fuente: CUADRO N° 26, CUADRO N°65

Elaboración: La Autora

CUADRO N°67: CLASIFICACION DE COSTOS

DENOMINACION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES		
MATERIA PRIMA DIRECTA		7.280,00		7644,00		8.026,20		8.427,51		8.848,89
MATERIA PRIMA INDIRECTA		3.352,60		3520,23		3.696,24		3.881,05		4.075,11
MANO DE OBRA		5.657,63		5940,51		6.237,53		6.549,41		6.876,88
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA		2,50		2,63		2,76		2,89		3,04
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	42,50		42,50		42,50		42,50		42,50	
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS	6,50		6,50		6,50		6,50		6,50	
DEPRECIACION DE Muebles de Trabajo	33,60		33,60		33,60		33,60		33,60	
SUELDOS Y SALARIOS	13.108,05		13.763,45		14.451,62		15.174,20		15.932,91	
SERVICIOS BÁSICOS	847,20		889,56		934,04		980,74		1.029,78	
UTILES DE OFICINA	475,32		499,09		524,04		550,24		577,75	
ÚTILES DE LIMPIEZA	417,00		437,85		459,74		482,73		506,87	
GASTO ARRIENDO	2.160,00		2.268,00		2.381,40		2.500,47		2.625,49	
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA	9,00		9,00		9,00		9,00		9,00	
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION	283,33		283,33		283,33		317,33		317,33	
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	48,00		48,00		48,00		48,00		48,00	
GASTO TRANSPORTE	72,00		75,60		79,38		83,35		87,52	
GASTO DE PUBLICIDAD	960,00		1.008,00		1.058,40		1.111,32		1.166,89	
MATERIAL DE EMBALAJE	134,40		141,12		148,18		155,58		163,36	
INTERESES SOBRE CRÉDITO	101,33		80,00		58,67		37,33		16,00	
AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO	302,00		302,00		302,00		302,00		302,00	
TOTAL	19.000,23	16.292,73	19.887,60	17.107,36	20.820,40	17.962,73	21.834,91	18.860,87	22.865,51	19.803,91
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	35292,96		36994,96		38783,13		40695,78		42669,42	

FUENTE: CUADRO N°65

ELABORACIÓN: LA AUTORA

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es donde se refleja de forma general el beneficio real de la operación de la planta.

CUADRO N°68: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCION	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	47.645,50	49.943,20	52.357,23	53.654,10	57.603,71
Valor Residual	-	-	-	-	665,50
TOTAL INGRESOS	47.645,50	49.943,20	52.357,23	53.654,10	58.269,21
(-) Costos Producción	16.375,33	17.189,96	18.045,33	18.943,47	19.886,51
(=) Utilidad Operativa	31.270,17	32.753,24	34.311,90	34.710,63	38.382,70
(-) Costos Operativos	19.082,67	19.805,00	20.737,80	21.752,31	22.782,91
(-)Reinversión	-	-	-	952,00	-
(=) Utilidad 15% participación trabajadores	12.187,51	12.948,24	13.574,10	12.006,32	15.599,80
(-) 15% Participación Trabajadores	1.828,13	1.942,24	2.036,11	1.800,95	2.339,97
(=) Utilidad Antes de Impuestos a la Renta	10.359,38	11.006,00	11.537,98	10.205,37	13.259,83
(-) 22% de Impuesto a la Renta	2.589,84	2.751,50	2.884,50	2.551,34	3.314,96
(=) Utilidad Neta	7.769,53	8.254,50	8.653,49	7.654,03	9.944,87
(-) 10% Reserva Legal	776,95	825,45	865,35	765,40	994,49
(=) Utilidad Neta	6.992,58	7.429,05	7.788,14	6.888,63	8.950,38

Fuente: FUENTE: CUADRO N°65

ELABORACIÓN: LA AUTORA

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

- a) Conocer el efecto-origen o cambio en la capacidad de producción sobre la venta, los costos y las utilidades.
- b) Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia
- c) Para realizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

En función de las ventas

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera, para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT/VT)}$$

En donde:

PE=Punto de Equilibrio

CFT=Costo Fijo Total

1=Constante Matemática

CVT=Costo Variable Total

VT=Ventas Totales

En función de la capacidad Instalada

Se basa en la capacidad del servicio que tiene la planta, determina la capacidad de porcentaje de capacidad al cual se puede servir y pueda generar un servicio que cubra los gastos y costos para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

PE=Punto de Equilibrio

CFT=Costo Fijo Total

VT= Ventas Totales

CVT= Costo de Venta Total

En función de la producción

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que su venta se cubra los gastos.

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

PVu=Precio de venta unitario

CVu=Costo variable unitario

CVu=CVT/N° de unid. Producidas¹

Representación Gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos e ingresos en un plano cartesiano.

¹ PASACA Mora Manuel Enrique (ed), Formulación y Evaluación de Proyectos, Loja,(2004)

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

1. En función de las ventas

$$PE = \frac{19.887,60}{1 - (17.107,36/47.645,50)}$$

$$PE = \frac{19.887,60}{1 - (0,3591)}$$

$$PE = \frac{19.887,60}{0,6409}$$

$$PE = 31.030,74$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$31.030,74 dólares no obtiene ni pérdida ni tiene ganancia.

2. En función de la capacidad Instalada

$$PE = \frac{19.887,60}{(47.645,50 - 17.107,36)} * 100$$

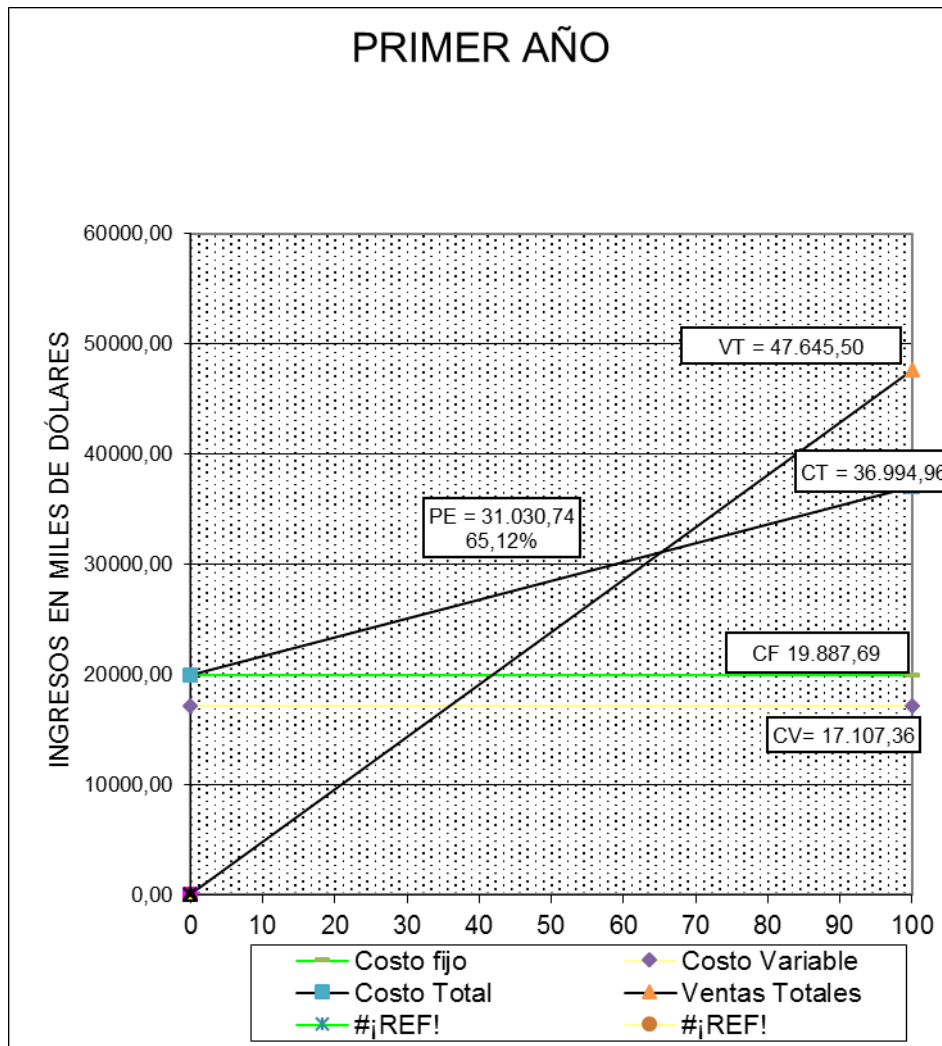
$$PE = \frac{19.887,60}{30.538,14} * 100$$

$$PE = 0,6512 * 100$$

$$PE = 65,12\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 65,12% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

GRAFICO N° 19: PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DEL TERCER AÑO

3. En función de las ventas

$$PE = \frac{20.820,40}{1 - (17.962,73/52.357,23)}$$

$$PE = \frac{20.820,40}{1 - (0,3431)}$$

$$PE = \frac{20.820,40}{0,6569}$$

$$PE = 31.694,93$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$31.694,93 dólares no obtiene ni pérdida ni tiene ganancia.

4. En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{20.820,40}{52.357,23 - 17.962,73} * 100$$

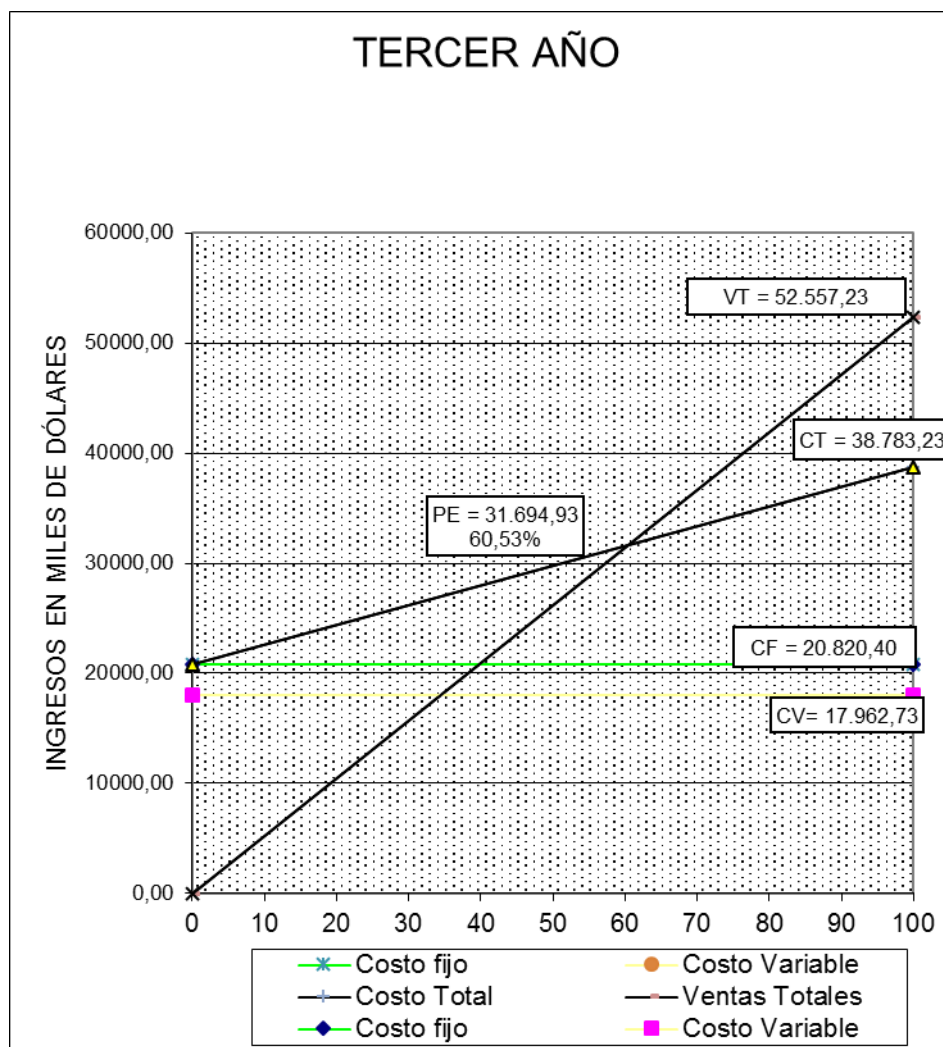
$$PE = \frac{20.820,40}{34.394,50} * 100$$

$$PE = 0,6053 * 100$$

$$PE = 60,53$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 60,53% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

GRÁFICO N° 20: PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DEL QUINTO AÑO

5. En función de las ventas

$$PE = \frac{22.865,51}{1 - (19.803,91/57.603,71)}$$

$$PE = \frac{22.865,51}{0,6562}$$

$$PE = 34.845,34$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$34.845,34 dólares no obtiene ni pérdida ni tiene ganancia

6. En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{22.865,51}{57.603,71 - 19.803,91} * 100$$

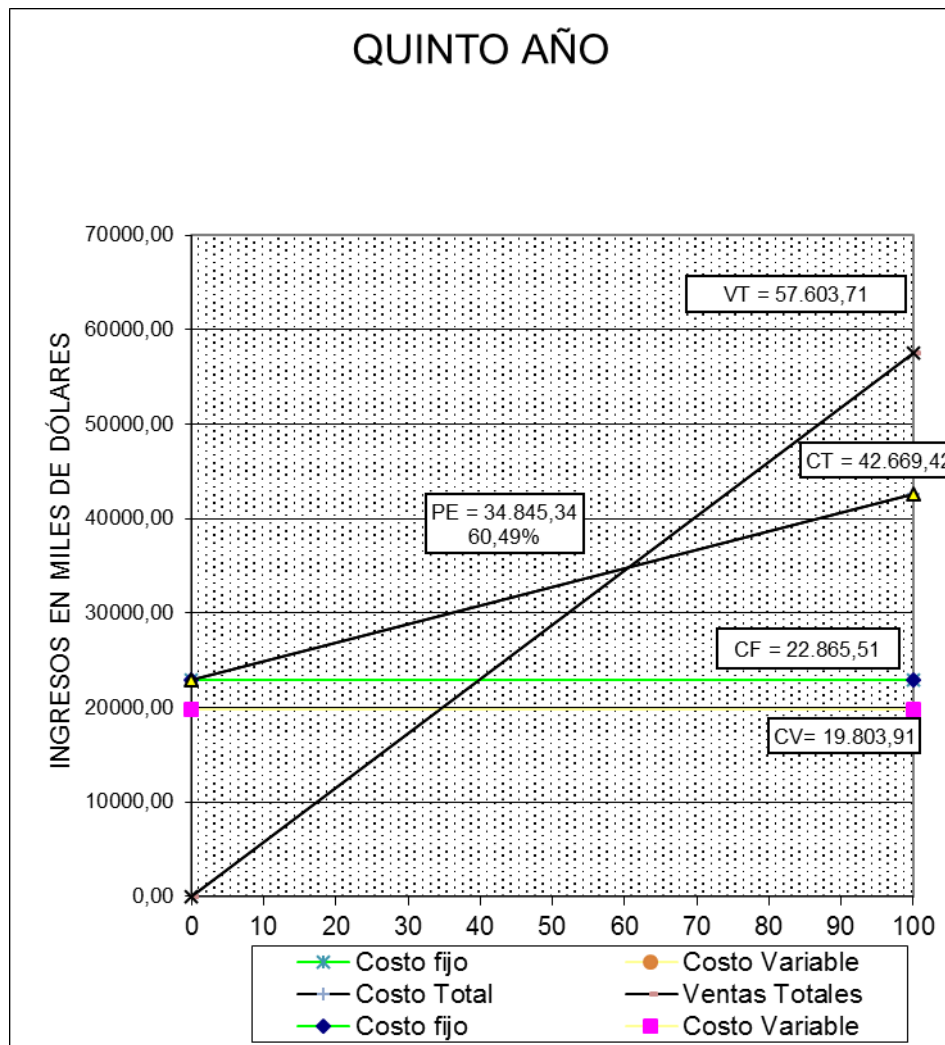
$$PE = \frac{22.865,51}{37.799,80} * 100$$

$$PE = 0,6049 * 100$$

$$PE = 60,49$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 60,49% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

GRÁFICO N° 21: PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



CUADRO N° 69: DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	INGRESOS	PUNTO DE EQUILIBRIO		
					INGRESOS	CAP. INSTAL.	UNIDADES PRODUCIDAS
1	19.000,23	16.292,73	35.292,96	47.645,50	28.873,86	60,60	2.516
2	19.887,60	17.107,36	36.994,96	49.943,20	30.248,97	60,57	2.515
3	20.820,40	17.962,73	38.783,13	52.357,23	31.693,98	60,53	2.513
4	21.834,91	18.860,87	39.743,78	53.654,10	33.671,27	62,76	2.605
5	22.865,51	19.803,91	42.669,42	57.603,71	34.845,10	60,49	2.511

FUENTE: CUADRO N°67

ELABORACIÓN: LA AUTORA

EVALUACION FINANCIERA

Tiene como finalidad determinar el mayor o menor grado de mérito de la acción de asignar los escasos recursos del capital a determinada inversión, el enfoque del problema.

El objetivo principal de la evaluación del proyecto es conocer si es aconsejable o no para asignar los recursos necesarios para invertir en este proyecto.

Flujo De Caja

El Flujo de Caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un periodo determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene

CUADRO N° 70: FLUJO DE CAJA

DESCRIPCION	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		47.645,50	49.943,20	52.357,23	53.654,10	57.603,71
Ventas						
Otros Ingresos						
Valor Residual						665,50
Banco Nacional de Fomento	2.000,00					
Capital propio	22.420,36					
TOTAL INGRESOS	24.420,36	47.645,50	49.943,20	52.357,23	53.654,10	58.269,21
EGRESOS						
Activos Fijos	2.324,18					
Activos Diferidos	1.585,50					
Costos de producción	1.428,02	16.375,33	17.189,96	18.045,33	18.943,47	19.886,51
Costos de Operación	19.082,67	19.082,67	19.805,00	20.737,80	21.752,31	22.782,91
TOTAL EGRESOS	24.420,36	35.457,99	36.994,96	38.783,13	40.695,78	42.669,42
(=) Utilidad 15% participación trabajadores		12.187,51	12.948,24	13.574,10	12.958,32	15.599,80
(-) 15% Participación Trabajadores		1.828,13	1.942,24	2.036,11	1.943,75	2.339,97
(=) Utilidad Antes de Impuestos a la Renta		10.359,38	11.006,00	11.537,98	11.014,57	13.259,83
(-) 22% de Impuesto a la Renta		2.279,06	2.421,32	2.538,36	2.423,21	2.917,16
(=) Utilidad Gravable		8.080,32	8.584,68	8.999,63	8.591,37	10.342,66
(+) Depreciaciones		422,93	422,93	422,93	456,93	456,93
(+) Amortizaciones		302,00	302,00	302,00	302,00	302,00
(=) UTILIDAD NETA		8.805,25	9.309,61	9.724,56	9.350,30	11.101,60
(-) Amortización de crédito		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
(-) Reinversión de Equipo de Computación					952,00	
(=) FLUJO DE CAJA	0,00	8.305,25	8.809,61	9.224,56	8.850,30	10.601,60

FUENTE: CUADRO N° 68

ELABORACIÓN: LA AUTORA

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El **Valor Actual Neto** de una inversión es la diferencia entre los ingresos futuros descontados según una tasa específica (costo de oportunidad), menos el valor de la inversión original.

CUADRO N° 71: VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		16,00%	
0	24.420,36		
1	8.305,25	0,86206897	7.159,70
2	8.809,61	0,74316290	6.546,98
3	9.224,56	0,64065767	5.909,78
4	8.850,30	0,55229110	4.887,94
5	10.601,60	0,47611302	5.047,56
		SUMA	29.551,96
			24.420,36
			5.131,60

$$VAN = \text{SUMATORIA FLUJO NETO ACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN}$$

$$VAN = 29.551,96 - 24.420,36$$

$$VAN = 5.131,60$$

Al momento de ejecutar la empresa este dinero a través de 5 años nos va a generar \$5.131,60 frente a lo que se invierte por lo tanto tenemos un VAN positivo y el valor de la empresa aumentará.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR): Esta técnica convierte los beneficios futuros a valores presentes, solo que en el lugar de utilizar un porcentaje fijo

determina el rendimiento de la inversión, expresado éste como una tasa de interés por ciento.

CUADRO N°72: TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		24,00%		25,00%	
0	-24.420,36		-24.420,36		-24.420,36
1	8.305,25	0,806452	6.697,78	0,800000	6.644,20
2	8.809,61	0,650364	5.729,46	0,640000	5.638,15
3	9.224,56	0,524487	4.838,16	0,512000	4.722,97
4	8.850,30	0,422974	3.743,44	0,409600	3.625,08
5	10.601,60	0,341108	3.616,29	0,327680	3.473,93
			204,77		-316,02

Nomenclatura

TIR=Tasa interna de retorno

Tm=tasa menor para el descuento para actualización

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN m}{VANm - VANM}$$

$$TIR = 24 + 1 \frac{204,33}{204,77 - 316,02}$$

$$TIR = 24,39\%$$

En este caso la TIR 24,39%, es mayor que el costo de oportunidad del capital del 16%, ello demuestra que la inversión un rendimiento por tanto el proyecto debe ejecutarse.

EL Periodo de Recuperación del Capital (PRI): El periodo de Recuperación del Capital está definido como el espacio de tiempo necesario para que los flujos

recibidos en efectivo, producidos por una inversión, iguales al desembolso de efectivo originado requerido para la misma inversión. ²

CUADRO N°74: Periodo de Recuperación del Capital

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	24.420,36	
1	8.305,25	8.305,25
2	8.809,61	8.809,61
3	9.224,56	9.224,56
4	8.850,30	8.850,30
5	10.601,60	10.601,60
		TOTAL:
		45.791,32

$$PRC = \frac{SUMATORIA DEL FLUJO NETO - INVERSIÓN}{FLUJO ÚLTIMO AÑO}$$

$$PRC = \frac{45.791,32 - 24.420,36}{10.601,60}$$

$$PRC = 2,02 \text{ años}$$

$$\text{Meses} = 0$$

$$\text{Días} = 1$$

La inversión se recuperará en 1 año, 0 meses y 1 día.

Relación Beneficio Costo (RBC).- La relación costo beneficio permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

Si la relación ingresos / egresos es=1 el proyecto es indiferente

Si la relación es >1 el proyecto es rentable

² MENESES Álvarez Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera Edición, Ecuador 2.001

Si la relación es <1 el proyecto no es rentable

UADRO N°75: RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		16,00%			16,00%	
1	35.292,96	0,8621	30.424,97	47.645,50	0,862069	41.073,71
2	37.057,61	0,7432	27.539,84	49.943,20	0,743163	37.115,93
3	38.910,49	0,6407	24.928,30	52.357,23	0,640658	33.543,06
4	40.856,02	0,5523	22.564,41	53.654,10	0,552291	29.632,68
5	42.898,82	0,3800	16.301,55	57.603,71	0,476113	27.425,88
			121.759,08			168.791,26

Fórmula:

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

$$RBC = \frac{168.791,26}{121.759,08} - 1$$

$$RBC = 1,39 - 1$$

$$RBC = 0,39$$

La empresa por cada dólar invertido gana 0,39 centavos de dólar lo que significa

Que el proyecto es factible.

Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.). De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente. Análisis de Sensibilidad con incremento en los costos y disminución en los ingresos.

CUADRO N°76: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 13,73% EN COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		13,73%			19,00%		20,00%	
						-		
						24.420,36		-24.420,36
1	35.292,96	40.138,69	47.645,50	7.506,81	0,84034	6.308,25	0,83333	6.255,68
2	36.994,96	42.074,37	49.943,20	7.868,83	0,70616	5.556,69	0,69444	5.464,46
3	38.783,13	44.108,06	52.357,23	8.249,17	0,59342	4.895,19	0,57870	4.773,83
4	39.743,78	45.200,60	53.654,10	8.453,50	0,49867	4.215,50	0,48225	4.076,73
5	42.669,42	48.527,93	57.603,71	9.075,79	0,41905	3.803,20	0,40188	3.647,35
						358,46		-202,31

$$NTIR = 19 + 0,5 \left(\frac{358,46}{358,46 + 202,31} \right)$$

$$NTIR = 19,64\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 24,39\%$$

1) **DIFERENCIA DE TIR**
 Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif.Tir.= **4,75%**

2) **PORCENTAJE DE VARIACIÓN**
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **19,48%**

3) **SENSIBILIDAD**
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir
 Sensibilidad = **0,9918080**

En este caso se considera que el porcentaje máximo de incremento en costos es de 13,73%, ya que este porcentaje permite obtener flujos netos positivos.

CUADRO N°76: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 10,29% EN INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			10,29%		19,00%		20,00%	
						-24.240,36		-24.240,36
1	35.292,96	47.645,50	42.742,78	7.449,82	0,8403	6.260,35	0,8333	6.208,18
2	36.994,96	49.943,20	44.804,05	7.809,08	0,7062	5.514,50	0,6944	5.422,97
3	38.783,13	52.357,23	46.969,67	8.186,54	0,5934	4.858,02	0,5787	4.737,58
4	39.743,78	53.654,10	48.133,09	8.389,31	0,4987	4.183,49	0,4823	4.045,77
5	42.669,42	57.603,71	51.676,29	9.006,87	0,4190	3.774,32	0,4019	3.619,66
						350,32		-206,19

$$NTIR = 19 + 0,5 \left(\frac{350,32}{350,32 + 206,19} \right)$$

NTIR =	19,63%
--------	--------

TIR DEL PROYECTO =	24,39%
--------------------	--------

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **4,76%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) * 100

% Var. = **19,52%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9943344**

En este caso se considera que el porcentaje máximo disminución en ingresos es de 10,58%, ya que este porcentaje permite obtener flujos netos positivos.

h. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ❖ De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta y entrevista; se obtuvo que el 69% tiene bebés comprendidos en la edad de 0 a 6 meses de edad; en caso de oferentes no existe una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa antialérgica para bebés, pero existen locales que se dedican a la venta de productos similares.
- ❖ En lo que se refiere a la capacidad de producción de la empresa, está en capacidad de producir de acuerdo a la mano de obra en 4160 prendas anuales, en lo que respecta a la localización de la misma estará ubicada en el Centro de la Ciudad de Loja en la Calle Lauro Guerrero entre Calle Miguel Riofrío; en lo que se refiere a la ingeniería del proyecto constará de cuatro departamentos: el administrativo, financiero, comercialización y producción; así como la estructura organizacional en la cual se describe el organigrama estructural, organigrama funcional, así como un manual de funciones en el cual se expone requisitos y las funciones a desempeñar en cada puesto de trabajo.
- ❖ El presente proyecto tendrá una inversión de \$24.420,36, con un costo de producción del primer año de \$35.292,96 y un ingreso de \$ 47.645,50; en lo que se refiere al punto de equilibrio en lo referente a ventas tendrá que tener \$31.030,74 que tendrá que obtener para ni pérdida ni ganancia.
- ❖ En los resultados obtenidos en los índices financieros en el Valor Actual Neto (VAN) es de \$5.131,60, en lo que se refiere a la Tasa Interna de Retorno es de 24,39%; el Período de Recuperación de Capital se lo

recuperará en 1 año 0 meses y 1 día, en la Relación Beneficio Costo que por cada dólar invertido la empresa gana 0,39 centavos de dólar, y en el Análisis de Sensibilidad los costos se pueden incrementar en un 13,73% y en una disminución de ingresos del 10,29% que soporta el proyecto, lo que significa con toda esta información que el proyecto es factible.

RECOMENDACIONES

- ❖ El presente proyecto luego de resultados ya obtenidos se demuestra su viabilidad tanto técnica como financiera, así como la rentabilidad para sus inversionistas, el cual se debe llevar a ejecutarse.
- ❖ De la misma manera el presente proyecto contribuirá al desarrollo socioeconómico de la Ciudadanía Lojana, ya que se generará fuentes de trabajo en la Ciudad, y se puede mejorar el nivel de vida de las mismas.
- ❖ Las instituciones financieras deberían apoyar a inversionistas de este tipo de proyectos, ya que ayudarán mejorar la calidad de vida de los Ciudadanos y a las nuevas ideas empresariales.

i. BIBLIOGRAFIA

- ❖ Alonso, P. P. (2009). *estudio de mercado*.
- ❖ Burbano Ruiz, J. (2011). *Presupuestos Enfoque de Planeación y Control de Recursos*. Segunda Edición.
- ❖ Comercial, D. d. (2012). *ANÁLISIS SECTORIAL DE TEXTILES Y CONFECCIONES*. Obtenido de PRO ECUADOR: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- ❖ Creative Commons. (09 de 03 de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Beb%C3%A9>
- ❖ Cruz, J. L. (2011). *universidad autonoma del estado de hidalgo*. Obtenido de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf
- ❖ Edilberto, M. Á. (2001). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Ecuador: Tercera Edición.
- ❖ Enriquez, F. (2004). *Organización de Empresas*. Mexico: McGraw Hill Segunda Edición.
- ❖ Espinosa Posso, S. (2015). *INDUSTRIA TÉXTIL*. Obtenido de Asociación de Industriales Textiles del Ecuador: <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- ❖ Francisco, J. P. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Obtenido de Fundamentos de Mercadotecnia: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15569/1/52240_.pdf,2013
- ❖ Kotler, PHILIP. (1998). *Dirección de Marketing*. México: Primera Edición Prentice May Hispanoamericana S.A.
- ❖ Moncada, L. V. (2014). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PELELES PARA*

BEBES Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE ARENILLAS, PROVINCIA DE EL ORO. Loja.

- ❖ Pasaca Mora , M. E. (2014). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Loja.
- ❖ SALVAT. (1.986). Diccionario Enciclopedia. Colombia: Editores SALVAT. Obtenido de Diccionario Enciclopedia.
- ❖ Schmoll, N. (s.f.). *e how en Español*. Obtenido de ehowenespanol: http://www.ehowenespanol.com/mameluco-bebes-como_531889/
- ❖ STANTON William, E. M. (1992). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: McGRAW-HILL 9 Edicion.
- ❖ TheFreeDictionary. (2016). *TheFreeDictionary*. Obtenido de TheFreeDictionary: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/>
- ❖ Vasquez, V. H. (2002). *Organización Aplicada*. Quito: Gráficas Vásquez, Segunda Edición.

j. ANEXOS

Anexo 1. RESUMEN DEL PROYECTO

- a. TEMA:** “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA PARA BEBÉS DE 0 A 6 MESES DE EDAD EN LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

La moda es una constante comercial donde se presentan diferentes alternativas, innovaciones, oportunidades y modelos que prometen mayor comodidad, elegancia, distinción y estatus. Sin embargo a esta serie de factores o variables se le agrega el del cuidado del medio ambiente, la visión del cuidado de nuestro planeta, el reencuentro con el cuidado de la naturaleza, es entonces cuando nació hace un par de décadas el concepto del cuidado ecológico, el cual está presente en la alimentación, salud, vestuario donde las madres y padres cada vez son más partidarios de vestir a sus pequeños con tejidos respetuosos con el medio ambiente.

Por tal motivo nació una nueva oportunidad de negocio para los proveedores, intermediarios y productores ya que el incremento de la demanda de este tipo de prendas es creciente y atractivo.

Un aspecto muy importante es centrar la atención en las generadoras de vida, por sus cuidados, ternura, atención y dedicación con sus hijos desde el momento de la concepción; en la cual el bebé sale de un hábitat en el que ha vivido protegido en el vientre de su madre y sale al mundo real. Esos primeros momentos de la vida de un bebe son muy importantes ya que es un sueño o un anhelo hecho realidad ya que ser madre es una de las más hermosas y anheladas para las mujeres. En general sea el primero o el último en una familia un bebé siempre será especial.

En lo que se refiere a la ropa de bebé es impresionante la cantidad de diseños, colores y telas en las que se pueden encontrar con diversidad de precios en el mercado, pero es muy difícil y complicado encontrar ropa adecuada para el

bebé, debido a que el mismo tiene la piel delicada y no tiene las suficientes defensas para contrarrestar este tipo de exposiciones, se puede estar arriesgando la salud de una criatura.

En la ciudad de Loja existe falta de innovación en cuanto a la industria textil ya que solo existen locales comerciales quienes ofrecen variedad de ropa para bebé, pero no hay fuerza en la confección y comercialización en estas clases de prendas por lo que el costo es elevado y por tal razón hay una limitación en la compra por parte de los padres de familia.

Es por tal razón que se va a realizar “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA ANTIALÉRGICA PARA BEBÉ DE 0 A 6 MESES DE EDAD EN LA CIUDAD DE LOJA”, la cual consiste en brindar una alternativa con un valor agregado y un factor diferenciador a los padres para que vistán a sus bebés con ropa adecuada y en la cual no afecte la salud del bebé.

METODOLOGÍA

Dentro de la metodología para el desarrollo de la investigación se tomaron en consideración los siguientes métodos y técnicas

Método Inductivo.- Permitirá la recopilación de información para el desarrollo de la investigación, en la cual se utilizará en la recolección de datos. .

Método Deductivo.- Este Método permitirá realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de confección de ropa para bebé, y ayudará a determinar de qué forma están estructuradas este tipo de empresas.

Método Analítico: Permitirá descomponer en partes algo complejo, para mostrar, describir, numerar y explicar las causas de los hechos que constituyen el todo, este método también será de utilidad en el estudio de mercado y para el análisis económico y financiero

Método Descriptivo: Permitirá realizar una observación de hechos y casos actuales, a través de la recolección y tabulación de datos, así como la interpretación y el análisis imparcial de los mismos con una finalidad pre-establecida.

Método Estadístico: Permitirá analizar la información estadística, analizando e interpretando los resultados obtenidos de la investigación de campo.

Técnicas

Encuesta.- Esta técnica será dirigida a las familias de la Ciudad de Loja, así como también a los oferentes que son los que comercializan ropa similar.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El presente proyecto en su desarrollo elaborará ropa de bebé en el estilo de mamelucos en diferentes diseños y colores.

Según el último censo del 2010 es de 170.280 habitantes dividido para cuatro miembros por familia promedio se obtiene el número de familias

Familias - Es un grupo de personas unidas por vínculos de parentesco, ya sea consanguíneo, por matrimonio o adopción que viven juntos, por un período indefinido de tiempo. Constituye la unidad básica de la sociedad.

$$N^{\circ} \text{ de Familias} = \frac{Pb}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ de Familias} = \frac{170280}{4}$$

$$N^{\circ} \text{ de Familias} = 42570$$

Para **Nº de familias**: $Pb / 4$ determinar el tamaño de muestra se necesita conocer la población actual, es por ello que para proyectar la población de la ciudad de Loja, desde el año 2010 o año "0" hasta el año 2015 se toma como referencia el número total de familias del año 2010 y se aplica la tasa de crecimiento establecida por el INEC, misma que es de 2.65 %

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

$$Pf = 2015 = 42570(1 + 0.0265)^5$$

$$Pf = 2015 = 42570(1.0265)^5$$

$$Pf = 2015 = 42570(1.139711075)$$

$$Pf = 48518$$

Se consideró ésta población porque son los habitantes del año 2010 correspondientes a la ciudad de Loja. Según datos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la población de 2010 está formada por 170.280 habitantes en el último censo realizado en el año 2010, Para el año 2015 el INEC estima que la población de Loja sea 221.184 habitantes.

OBTENCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Con el fin de saber la cantidad de encuestas que serán aplicadas en la población se determina el tamaño de muestra así mismo, obtener la información que permita realizar un análisis de la información que se está investigando. La muestra resultara de la utilización de la siguiente fórmula:

Ecuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Nomenclatura:

n = Tamaño de la muestra

N = Número de elementos del universo

Z²= Valor crítico (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E² = Margen de error (0,05)

(N-1) = Factor de corrección

N= 170.280 Habitantes.

$$n = \frac{3.8416(170280)(0,25)}{[(0.0025)(170279)] + [(3.8416)(0,25)]}$$

$$n = \frac{163536,912}{425,70 + 0,9604}$$

$$n = \frac{63536,912}{426,66}$$

n = **381** Encuestas

Se aplicarán 381 encuestas a las familias de la ciudad de Loja

CUADRO N° 1: DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

PARROQUIAS	POBLACIÓN FAMILIAS 2010	POBLACIÓN FAMILIAS 2015	N° ENCUESTAS	%
San Sebastián	15681	17872	124	32%
El Valle	8746	9968	69	18%
Sucre	19771	22533	156	41%
El Sagrario	4320	4924	34	9%
TOTAL		48518	381	100%

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: LA AUTORA

El presente cuadro se lo realizó mediante los datos del INEC, sobre la población en el año 2010, de esta manera se proyectó la población al año 2015, ya que este año se realizará las encuestas; obteniendo un número de 48518 familias entre las cuatro parroquias, determinando de esta manera la cantidad de encuestas que se aplicarán por cada parroquia de la Ciudad de Loja.

PROCEDIMIENTO

Aplicados los instrumentos de investigación tanto a los demandantes como a los oferentes se procede a organizar la información para presentarla a través de cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación; información que permitirá realizar el análisis de la oferta, la demanda así como también la demanda insatisfecha; y, proponer estrategias de mercado.

En base al estudio de mercado se procederá a realizar el análisis del tamaño y localización óptima del proyecto, considerando los factores que influyen para el efecto; así mismo establecerá el análisis de la ingeniería del proyecto

considerando aspectos como el componente tecnológico, el proceso productivo, los flujogramas de procesos entre otro; y, se presentará una propuesta de la estructura orgánica funcional de la empresa objeto de estudio.

Posterior a ello se hará un análisis económico financiero para determinar el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la empresa; así mismo se procederá a elaborar en base a esta información los presupuestos de ingresos y gastos.

Una vez obtenido este conjunto de información se procederá a realizar los cálculos de los indicadores financieros como son: el VAN, TIR, Relación Beneficio/Costo, y el Análisis de Sensibilidad los mismos que se los realiza en base al flujo de caja.

Por último se determina las conclusiones y recomendaciones.

ANEXO 2. ANEXO DE ENCUESTAS

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

Sr (a).

La presente encuesta tiene como finalidad determinar la Factibilidad para la Implementación de una empresa de confección y comercialización de ropa de bebé en la Ciudad de Loja, por lo que le solicito muy comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Existe en su familia niños comprendidos entre 0 a 6 meses?

SI ()

NO ()

2. ¿Adquiere ropa antialérgica para bebés de 0 a 6 meses de edad?

SI ()

NO ()

3. ¿Usted adquiere ropa antialérgica para bebés de 0 a 6 meses de edad?

SI ()

NO ()

4. ¿Qué cantidad de mamelucos compra anualmente y a qué precio?

	CANTIDAD	PRECIO
1 a 2	_____	_____
2 a 3	_____	_____
3 a 4	_____	_____

5. ¿En qué lugar adquiere usted los mamelucos?

Centros comerciales

Boutique

Locales de ropa

Ferias libres

Otros () Especifique

.....

6. ¿Le gustaría que se implementara una empresa de confección y comercialización de ropa de bebé antialérgica de 0 a 6 meses de edad en la Ciudad de Loja?

SI NO

7. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir la ropa de bebé en nuestra empresa?

SI NO

8. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir?

Bonos

Descuentos

9. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se realice la publicidad?

Televisión

Radio

Prensa

Hojas volantes

MUCHAS GRACIAS

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

Con el propósito de cumplir con los requerimientos académicos de la Carrera de Administración de Empresas de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, estoy realizando una investigación de mercado con la finalidad de determinar el número de empresas productoras y comercializadoras de ropa de bebé de 0 a 6 meses de edad, para lo cual ruego muy comedidamente contestar las siguientes interrogantes

1. ¿Usted vende mamelucos?

Si _____ No _____

2. ¿Qué cantidad de mamelucos de 0 a 6 meses de edad vende usted?

1 a 10 ()

11 a 20 ()

21 a 30 ()

3. ¿Quién es la empresa que le provee el producto?

.....
.....
.....

4. ¿Cuál es el rango de precios con el que usted vende la ropa de bebé?

\$7 a 9 ()

\$10 a 12 ()

\$13 a 15 ()

\$16 a 18 ()

\$19 a 21 ()

5. ¿Cuáles son los plazos de pago que usted maneja actualmente?

Contado ()

10 días ()

15 días ()

30 días ()

Otro ()

¿Cuál?.....

6. ¿Qué características deben tener los productos para permanecer en el mercado?

Diseño ()

Marca ()

Precio ()

Calidad ()

Empaque ()

7. Ofrece usted algún tipo de promoción a sus clientes?

SI () NO ()

8. ¿Qué tipo de promociones realiza usted?

Descuentos o créditos ()

Oferta o Promoción ()

Ninguno ()

9. ¿Hace publicidad de su negocio en algún medio publicitario?

SI () NO ()

10. Si lo hace, ¿qué tipo de medio de publicidad utiliza?

Televisión ()

Radio ()

Prensa ()

Hojas volantes ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

NOMBRE	DIRECCIÓN-PUESTO
ABARCA JARA SAYDA YADIRA	MERCADO CENTRO COMERCIAL PUESTO NRO.470 PLANTA ALTA
AGUILAR AGREDA PAULINA DEL CISNE	MERCADO CENTRO COMERCIAL PUESTO NRO.04 PLANTA ALTA
ALEJANDRO VELEZ ROSA ELVIA	MERCADO GRAN COLOMBIA SECT. 3 NR. 147
ARMIJOS TINOCO MERCEDES SOLEDAD	- MERCADO CENTRO COMERCIAL LOCAL 228-229
AVENDANO CAMPOS MAYDA IBE	18 DE NOVIEMBRE ENTRE LOURDES Y CATACOA
BARREIRO CHAVEZ MARFITA DE JESUS	TOULOUSE LAUTREC INTERSECCION RAFAEL SANCIO
BAUTISTA SANTILLAN MARIA LUCILA	VICENTE DELGADO TAPIA LAS PITAS
BELISACA CABRERA CARMEN CECILIA	M GRAN COLOMBIA S-3 PUESTO 032
BENITEZ SANCHEZ MARIA NATIVIDAD	M CENTRO COMERCIAL PUESTO 042 P. ALTA
BENTACOURT CHAMBA GISSELA DEL ROCIO	MIGUEL RIOFRIO BOLIVAR Y BERNARDO VALDIVIESO
BURGA TAMBACO VIRGINIA	MERCADO GRAN COLOMBIA SECT- 5 PUET-30
CALLE CASTRO JOSE MARIA	CASTRO JOSE MARIA
CANGO CANGO DIANA PAULINA	MERCADO CENTRO COMERCIAL LOCAL 89 PLANTA ALTA
CEPEDA PUGA MARIANA DE JESUS	MERCADO GRAN COLOMBIA SECTOR 3 LOCAL 148
CLAVIJO ZARUMA JULIO NAPOLEON	C. CELICA- 14-11 BOLIVAR
CONTENTO MACAS LIBIA HERMELINDA	C. MERCADO GRAN COLOMBIA
CHANO MOLINA WILMAN VINICIO	CALLE MERCADILLO Y BOLIVAR
CHAUVIN HIDALGO ELVIRA VIRGINIA	SUCRE 07-12
ELIZALDE SANTOS TERESA	GUARANDA Y MACHALA CIUD: SN
GONZALES CHAMBA ARIANNA YARITZA	C. 10 DE AGOSTO
GUAYLLAS GUALAN ROSA BALVINA	M CENTRO COMERCIAL PUESTO 82-83 P. ALTA
LAPO POTE BISMARK PATRICIO	C. MACHALA- Y TULCAN
LEON GUEVARA SANDY THALIA	SUCRE NRO.13-54 ENTRE CATACOA Y LOURDES
MARIN RODRIGUEZ CHRISTIAN ELVIS	18 DE NOVIEMBRE – LOURDES
MENDOZA ORTIZ LOURDES IRENE	RAMON PINTO Y 10 DE AGOSTO
ORDONEZ VALDEZ MAYRA ALEXANDRA	BERNARDO VALDIVIESO 05-14 E IMBABUBURA
ORELLANA MERINO LILIANA DEL CARMEN	C. GRAN COLOMBIA – TULCAN
PINTO ALVAREZ MAYRA DEL CARMEN	MERCADO GRAN COLOMBIA SECTOR 1 PUESTO NRO.4
POMA POMA ROSA ESPERANZA	M. GRAN COLOMBIA PUESTO 30
POMA QUINDE ROSA JUDITH	M. CENTRO COMERCIAL PUESTO 222
POMA RUIZ MARIA ALEXANDRA	18 DE NOVIEMBRE - JUAN DE SALINAS
PROANO IDROVO MIREYA DEL CARMEN	LAURO GUERRERO 14-98 Y JOSE PICOITA
RIOS MARIANA DE JESUS	C. CATACOA- SUCRE Y 18 DE NOVIEMBRE
RIVAS GUEVARA ELVIA AMARIA	-LAURO GUERRERO Y 10 DE AGOSTO
RODRIGUEZ SIGUENZA ZOILA CARMELINA	C. SUCRE E IMBABURA
VIVANCO JARAMILLO SANDRA BEATRIZ	CIUDADELA CIUDAD VICTORIA
YAGUANA CUENCA LETICIA MARIBEL	AV. 8 DE DICIEMBRE
YAZBEK OTERO PABLO ASSAD	ROCAFUERTE 15-62/18 DE NOVIEMBRE
ZHONDO GRANDA LUZ VICTORIA	MERCADO CENTRO COMERCIAL PUESTOS 159-186-187
TOTAL LOCALES	41

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACION.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
1.REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	10
Bebé	17
2. MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 PROYECTO DE INVERSIÓN.....	19
2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO	19
2.1.2 ESTUDIO TÉCNICO.....	22
2.1.3 ESTUDIO FINANCIERO	30
2.1.4 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	35
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	39
f. RESULTADOS	44
g. DISCUSIÓN.....	61
h. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	139
i. BIBLIOGRAFIA.....	142
j. ANEXOS.....	144