



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Elaboración de un Proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa textil productora y comercializadora de vestidos para mujeres tallas plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

Maura Jhoselyn Cuenca Carrión

DIRECTOR:

ING. Óscar Gómez Cabrera

LOJA –ECUADOR
2017



ING. ÓSCAR GÓMEZ

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA,

EN CALIDAD DE DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por la señorita egresada: Maura Jhoselyn Cuenca Carrión, la misma que se denomina "ELABORACIÓN De UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTIDOS PARA MUJERES TALLAS PLUS (TALLAS GRANDES), DE LA CIUDAD DE LOJA", la cual cumple con los requerimientos establecidos por la Universidad Nacional de Loja, por lo que autorizo su presentación para los fines académicos siguientes.

Loja, Agosto del 2016



Ing. Oscar Gómez.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo **MAURA JHOSELYN CUENCA CARRIÓN**, declaro ser autor del presente trabajo de tesis, revelo 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.

Firma:

Autora: Maura Jhoselyn Cuenca Carrion

Cédula: 1104969140

Correo: jhosesky@hotmail.com

Fecha: Loja, 24 de Abril de 2017

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

Yo Maura Jhoselyn Cuenca Carrion, declaro ser la autora de la tesis titulada "Elaboración de un proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa textil productora y comercializadora de vestidos para mujeres tallas plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja", como requisito para optar el grado de ingeniera en Administración de Empresas, por lo tanto autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos muestre al mundo la población intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido en su Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en las redes de información de este país (RID) y del exterior, con las cuales mantenga convenio con la universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de esta tesis que realice una tercera persona.

Para constancia de esta autorizo, en la ciudad de Loja a los veinticuatro días del mes de abril del dos mil diez y siete, firma el autor

Firma:
Autora: Maura Jhoselyn Cuenca Carrion
Cedula: 1104969140
Dirección: Loja
Correo: jhosesky@hotmail.com
Celular: 0999241939

DATOS COMPLETARIOS

Director de tesis: Ing. Óscar Gómez Cabrera

Miembros del Tribunal

Presidente: Ing. Carmen Cevallos

Vocal: Ing. Raúl Chávez Mg.Sc

Vocal: Ing. Santiago Ludeña

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a:

Mis padres

Mi padre adoptivo

A mi familia

Mis amigos

Y amigas

Maura Jhoselyn Cuenca Carrión

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Creador y Padre Dios, quien ha sido quien ha permitido y me ayudado a cumplir con este tiempo de estudios.

Agradezco a mis padres por estar siempre apoyándome y dándome en la buena y las malas, a mis hermanos quien ha sido un lugar seguro en mis tiempos de malos.

Dios me ha dado ángeles cuiden de mí y los llamo familia, pero también existen personas que puso en mi camino las cuales agradezco infinitamente por su apoyo consejos y paciencia en cada durante el proceso educativo en la universidad

Maura Jhoselyn Cuenca Carrión

a) TEMA

“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTIDOS PARA MUJERES TALLAS PLUS (TALLAS GRANDES), DE LA CIUDAD DE LOJA”

b) RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como propósito demostrar la factibilidad de la empresa para la implementación de una empresa textil productora y comercializadora de vestidos para mujeres talla plus (Tallas grandes) de la ciudad de Loja, para así poner en práctica los conocimientos adquiridos, en favor de una sociedad que necesita de nuevos emprendedores.

El objetivo general del trabajo de investigación consiste en determinar la **elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa textil productora y comercializadora de vestidos para mujeres tallas plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja**; en la cual se ha a realizar los cuatros estudios principales del proyecto que determinó su factibilidad. Para efectuar con el objetivo, se utilizaron métodos de investigación como el método deductivo para poder revisar los referentes teóricos, el método inductivo para concluir con la rentabilidad del proyecto, el método estadístico, sirvió para representar, simplificar y poder analizar los datos obtenidos, y el método Descriptivo – Analítico, se utilizó durante el desarrollo de la investigación, y se realizó la recolección de la información necesaria para la elaboración del proyecto, además se aplicaron las técnicas como la observación directa y la encuesta a través de la segmentación del mercado, considerando la población mujeres de 15 a 64 años de la ciudad de Loja, que según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos en el año 2010 es de 58.735 habitantes, con una tasa de crecimiento del 2, 65%, de la cual se realizó un tamaño de la muestra que dio como resultado de 382 encuestas a aplicar a dicha segmentación, de la misma manera se realizó 288 encuestas obtenidos de un total de 1141 locales según datos del Servicio de Rentas Internas del año 2016.

En la discusión se realizó el **estudio de mercado** donde se estableció la demanda potencial para el primer año es de 52.223 que representa el 76%, la demanda real es de 40.241 para el primer año que significa el 77%, la demanda efectiva en unidades para el primer año de 60.344 vestidos talla plus y la demanda insatisfecha es de 51.128 vestidos talla plus.

En el **estudio técnico** se detalla el tamaño; donde la capacidad utilizada es el 80% de la capacidad instalada, produciendo 4.992 vestidos para mujeres talla plus, teniendo una participación en el mercado del 9,76%, la macro y micro localización de la empresa será en el cantón y ciudad de Loja, ciudadela la Inmaculada, calles, Av. Salvador Bustamante Celi, Francisco Rodas, obteniendo el tamaño de la planta de 1115 m². En el estudio administrativo y legal esta empresa está constituida jurídicamente como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, y su razón social será: “**CASA PLUS XX**” EURL; se presenta los organigramas y los manuales de funciones.

En el estudio financiero el proyecto alcanza una inversión inicial de \$ 42.622 dólares, y se financiará con un aporte interno que es el 53,08% del total de la inversión que corresponde a \$ 22.622 y un préstamo que mantendrá el proyecto con el banco de Loja que es del 46,92% que corresponde a \$ 20.000 dólares a una tasa de interés de 11,50%.

En cuanto a la evaluación financiera cabe mencionar que el proyecto es factible puesto que este tiene un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$42.721,01 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente. Para el presente proyecto la Tasa Interna de Retorno (TIR) es 43,86%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, en cuanto a la Relación Beneficio/Costo (R B/C) es de 1,33 dólares, de lo cual se deduce que por cada dólar invertido la empresa tendrá una utilidad de 33 centavos, el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 2 años, 1 mes y 2 días mientras que el análisis de sensibilidad determino que la empresa soporta un incremento de hasta el 13,36% en su costos dando un total de 0,99; y una disminución del 10,09% en sus ingresos dando un total del 0,99 por lo que el proyecto es factible.

En las conclusiones se determinó que el proyecto es factible de acuerdo a los resultados obtenidos, la gran cantidad de mujeres son tallas plus y no encuentran sus prendas con facilidad (**pág. 157**).

En las recomendaciones se las realiza de acuerdo a los resultados obtenidos para que en caso de crear la empresa maximice los riesgos, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

ABSTRACT

The present research project has the purpose of demonstrating the feasibility of the company for the implementation of a textile company that manufactures and sells clothing for women of size plus of the city of Loja, in order to put into practice the knowledge acquired, in Favor of a society that needs new entrepreneurs.

The general objective of the research work is to determine the preparation of a feasibility project for the implementation of a textile company that produces and sells clothing for women plus sizes (large sizes), from the city of Loja; In which the four main studies of the project that determined its feasibility have been carried out. In order to carry out the objective, research methods were used as the deductive method to review the theoretical references, the inductive method to conclude with the profitability of the project, the statistical method, served to represent, simplify and analyze the data obtained, and The Descriptive - Analytical method was used during the development of the research, and the collection of the necessary information for the elaboration of the project was carried out. Techniques such as direct observation and the survey were also applied through the segmentation of the market, Considering the population of women aged 15 to 64 years of the city of Loja, according to data from the National Institute of Statistics and Censuses in 2010 is 58,735 inhabitants, with a growth rate of 2.65%, which was performed A sample size that resulted from 382 surveys to be applied to said segmentation, in the same way 2 88 surveys obtained from a total of 1141 locations according to data from the Internal Revenue Service of 2016.

In the discussion we conducted the market study where we established the potential demand for the first year is 52,223 which represents 76%, the real demand is 40,241 for the first year which means 77%, the effective demand in units for The first year of 60,344 size plus dresses and the unsatisfied demand is 51,128 plus size dresses.

The technical study details the size; Where the capacity used is 80% of the installed capacity, producing 4,992 dresses for women plus size, having a market share of 9.76%, the macro and micro location of the company will be in

the canton and city of Loja, Citadel the Immaculate, streets, Av. Salvador Bustamante Celi, Francisco Rhodes, obtaining the size of the plant of 1115 m². In the administrative and legal study, this company is legally constituted as a Limited Liability Company and its name will be: "CASA PLUS XX" EURL; Organizational charts and function manuals are presented.

In the financial study the project reaches an initial investment of \$ 42,622 dollars, and will be financed with an internal contribution that is 53.08% of the total investment corresponding to \$ 22,622 and a loan that will maintain the project with the bank Loja which is 46.92% which corresponds to \$ 20,000 dollars at an interest rate of 11.50%.

As for the financial evaluation, it is worth mentioning that the project is feasible since it has a positive Net Present Value (NPV) of \$ 42,721.01, which indicates that the project or investment is convenient. For the present project, the Internal Rate of Return (IRR) is 43.86%, and this value is satisfactory for the project, in terms of the Cost / Benefit Ratio (RB / C) is \$ 1.33, It follows that for every dollar invested the company will have a profit of 33 cents, the Capital Recovery Period (PRC) is 2 years, 1 month and 2 days while the sensitivity analysis determined that the company supports an increase of up to 13.36% in its costs giving a total of 0.99; And a decrease of 10.09% in their income giving a total of 0.99 so that the project is feasible.

In the conclusions it was determined that the project is feasible according to the results obtained, because there are a lot of women who are size plus and can not find their garments with ease (**pág. 157**).

In the recommendations are made of agreements to the results obtained so that in case of creating the company maximizes the risks, attaching the bibliography consulted with their respective annexes.

c) INTRODUCCIÓN

La creación de empresas es importante para el desarrollo de la economía y fuentes de trabajo en la ciudad y país, y de esta manera ayudar a un mejor estilo de vida.

El Ecuador como uno de los países en vías de desarrollo debe sistematizar las posibilidades empresariales entre todos sus componentes, destacándose la creatividad, lo económico, la demanda, consumo interno y proyecciones de exportación, con la finalidad de lograr una empresa de éxito, con su correspondiente respaldo de calidad y acreditación en lo que emprende.

Loja es una provincia que tiene amplias oportunidades de emprender, especialmente en el ámbito de la confección de prendas de vestir que no han sido aprovechados. Así también se puede indicar que en nuestra ciudad existen pocas empresas legalmente establecida que confeccionen prendas de vestir tallas plus, por lo que he planteado un trabajo de investigación titulada **“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTIDOS PARA MUJERES TALLAS PLUS (TALLAS GRANDES), DE LA CIUDAD DE LOJA”**.

La estructura del trabajo de tesis consta de un **título, resumen e introducción**, en la misma que se describen los aspectos más importantes y relevantes del trabajo de investigación.

Seguidamente se expone la **revisión de literatura** inherente a las confecciones de vestidos para mujer, así como los referentes teóricos con respecto a las fases de un proyecto de inversión.

En cuanto a los **materiales y métodos** utilizados, han sido descritos los diferentes métodos, técnicas e instrumentos aplicados tanto a la población demandante como a los oferentes, con la finalidad de conseguir información.

Los resultados como parte fundamental del trabajo de investigación, se presenta la tabulación e interpretación de la información obtenida, para su posterior aplicación.

La discusión de los resultados es donde se procede a dar respuesta a los objetivos planteados de acuerdo a las fases de un proyecto de inversión como son:

El estudio de mercado se realiza un análisis, tanto de la demanda potencial, real y efectiva, como de la oferta, para así determinar la demanda insatisfecha de los vestidos para mujeres talla plus existente en la ciudad de Loja.

Continuadamente se estructura el estudio técnico mediante el cual se determinó el tamaño de la planta, la localización e ingeniería del proyecto, especificando los componentes tecnológicos, humanos y materiales.

En el estudio administrativo, se expone una estructura organizativa bajo la normativa legal; así como la descripción de cada una de las funciones a desempeñar en dicha unidad productiva.

Por otra parte en el estudio financiero se determina las inversiones, financiamiento del proyecto, presupuesto de costos e ingresos y el punto de equilibrio. También se realiza la evaluación del proyecto, para establecer la conveniencia del mismo y de su ejecución para lo cual se analizó los siguientes indicadores: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo y el Análisis de Sensibilidad que resiste un incremento en los costos y una disminución en los ingresos.

En una forma resumida se presentan las conclusiones de cuyos resultados se obtuvieron en el desarrollo de la presente investigación, mientras que las recomendaciones que se realizan son sugerencias que se propone a los futuros inversionistas.

En la bibliografía se hace constar todo lo que se obtuvo con respecto a libros, revistas, páginas web, de donde se recopiló la información necesaria para la elaboración del presente estudio.

Para concluir el presente proyecto se presenta los anexos, donde se incluyen datos y documentos que sostienen los valores presentados y sirven de guía.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

d.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

d.1.1 SECTOR MANUFACTURERO E INDUSTRIA TEXTIL

La industria textil desde el principio de la humanidad es necesaria, antes del siglo XVIII la confección de prendas de vestir se la realizaba manual mente los resultados eran pobres por lo que necesitaban una nueva técnica, después de este siglo aparecen nuevas propuestas para la confección, sin embargo no fueron aplicada inmediatamente (IVESTER & JOHN D, s.f.).

A partir del siglo XVII y el primer cuarto del siglo XIX se realiza la más grande implementación de máquinas y aplicación de nuevas técnicas, fue Inglaterra uno de los principales países en poner en ejecución estos nuevos cambios, de tal forma que su crecimiento fue significativo el cual permitió que se extienda buscando nuevas ramas textiles como la implementación de maquinas para tejer algodón (IVESTER & JOHN D, s.f.).

En 1733 fue inventada la maquina lanzadera volante por John Kay permitiendo esta se tejiera a mano mucho más rápido ,en 1738 se creó una máquina para hilar sin los dedos quien fue bautizada como Jenny ,después de estos tiempos la mecanización fue intensificada aumentando el ritmo de producción en la industria textil Inglesa ,con el paso los meses se implementaron nuevos servicios como blanqueo ,tinte e impresión , en este tiempo las industrias agruparon las nuevas máquinas en grandes edificios semejantes a fuentes de energía hidráulica las cuales funcionaban con una nueva máquina de agua, esta permitió que la producción sea un éxito y se extendiera aún más (IVESTER & JOHN D, s.f.).

La industria textil está formada por diversos elementos los cuales al unirlos permiten obtener un producto terminado, a continuación mencionaremos cuales son estos: Fibra natural, Hilandería, Tejeduría, Tintorería, Alta costura, No tejido, Confección de prendas (IVESTER & JOHN D, s.f.).

La industria textil para lograr estos tipos de elementos esta relaciona con algunos sectores como: la ganadería y agricultura quienes proveen de fibras naturales, la petroquímica y química quienes proveen fibras estéticas,

electromecánica y metalmecánica estos proveen las maquinas textiles (IVESTER & JOHN D, s.f.)

En el Ecuador la primera industria que se abrió fue la de la procesar la lana de borrego, esto se da inicio en la época de la colonia, en 1970 comienza la utilización de esta fibra, hoy en día la industria textil Ecuatoriana fabrica varios tipos de fibras, algodón, poliéster, el nylon, los cirílicos, la lana y la seda (POSSO, 2013).

Las industrias textiles se encuentran en diversas provincias del Ecuador sin embargo es notable que las empresas más grandes dedicadas a esta actividad se encuentran establecidas en Pichincha, Imbabura, Azuay y Guayas las cuales gozan de fama en esta industria (POSSO, 2013).

Con el paso de los años se ha logrado una gran diversificación en la producción de productos textiles, confección de fibras, también prendas de vestir entre otras (POSSO, 2013).

El sector manufacturero debido al gran empleo de Mano de obra directa y generar varias plazas de trabajo es considerado como el segundo más importante en la economía del país después de la industria de alimentos y bebidas (POSSO, 2013).

En la Ciudad de Loja se encuentran más de 15 empresas pequeñas denominadas pymes todas ellas dedicadas a la confección de prendas de vestir (deportivas, casuales, formales), debido a las estrategias (salva guardias) y la ayuda que presta el gobierno, esta industria ha crecido, con la adopción de esta estrategia y la ayuda vigente del gobierno se espera que la industria textil en la ciudad de Loja continúe creciendo mediante la implementación de nuevas tecnologías a las actuales empresas y el incremento de la creación de las mismas (LUNA, 2007).

d.1.1.2 Tipo de empresa o actividad económica

En el sector textil existe diversos tipos de empresas, cada una de ellas fabrica diferentes tipos de Fibras de hilos, estos son utilizados para la creación de la

tela y también están las empresas dedicadas específicamente a la confección de prendas de vestir (sector en el que nos enfocaremos) (NEEFUS, S/F)

A continuación nombrare algunas de ellas:

- Fibra natural
- Fibra sintética
- Hilandería
- Tejeduría
- Tejido
- Tintorería
- Confección de prendas

.1.1.3 Producción nacional

La producción en el Ecuador se ha incrementado en los últimos meses gracias a las ayudas que presta el gobierno a los micro empresarios, sin embargo esto no ha sido suficiente para poder acaparar todo el mercado local, las empresas chinas gracias a su producciones en serie y a gran escala les permite reducir notablemente su costo por lo que sus productos son adquiridos para la localidad ecuatoriana en gran cantidad (ECUADOR, 2016).

El sector manufacturero es el segundo más importante después de la industria de fabricación de alimentos y bebidas (ECUADOR, 2016).

d.1.1.4 Confección de prendas

La acción de confeccionar aparece vinculada al corte, ya que son actividades imprescindibles para la creación de prendas de vestir. Las personas dedicadas a la costura, los modistas y los sastres son algunos de los especialistas que se dedican a la confección (PORTO & GARDEY, 2011).

Es posible diferenciar, por lo tanto, entre las prendas de vestir que se ofrecen ya confeccionadas y aquellas que se encargan a medida. Las primeras suelen

realizarse en diversas tallas para que el comprador pueda escoger aquella que mejor le sienta a su cuerpo (PORTO & GARDEY, 2011).

En la confección personalizada, en cambio, se toman todas las medidas corporales exactas del comprador y el modista se encarga de confeccionar la prenda de acuerdo a dichos parámetros (PORTO & GARDEY, 2011).

d.1.1.4.1 Moda casual: son las prendas que al momento de utilizarlas brindan comodidad, libertad de movimiento, son utilizadas en cualquier ocasión, lugar a cualquier hora del día, la mayoría de telas son de algodón, telas ligeras, mezclillas y algunos detalles más (POZO, 2011).

El vestido es una prenda entera que las mujeres utilizan para cubrir su cuerpo, la mayoría lo utilizan de acuerdo a su concepto, su personalidad (POZO, 2011).

d.1.1.4.2 Vestido casual: Son prendas que visten las mujeres buscando comodidad libertad de movimiento, seguridad y protección de frío o calor (RUEDA, 2012)

d.1.1.4.3 Características de los vestidos

Protege de las condiciones climáticas (el frío, el calor, la lluvia, etc.)

Cubre las partes íntimas del cuerpo que, por pudor, no se exhiben en público, la moda y las tendencias reflejan un rol social (RUEDA, 2012)

Puede ser utilizada como medio de expresión y comunicación, ya sea de forma consciente o inconsciente, algo de la personalidad de quien la usa (RUEDA, 2012).

d.1.1.5 Productos sustitutos

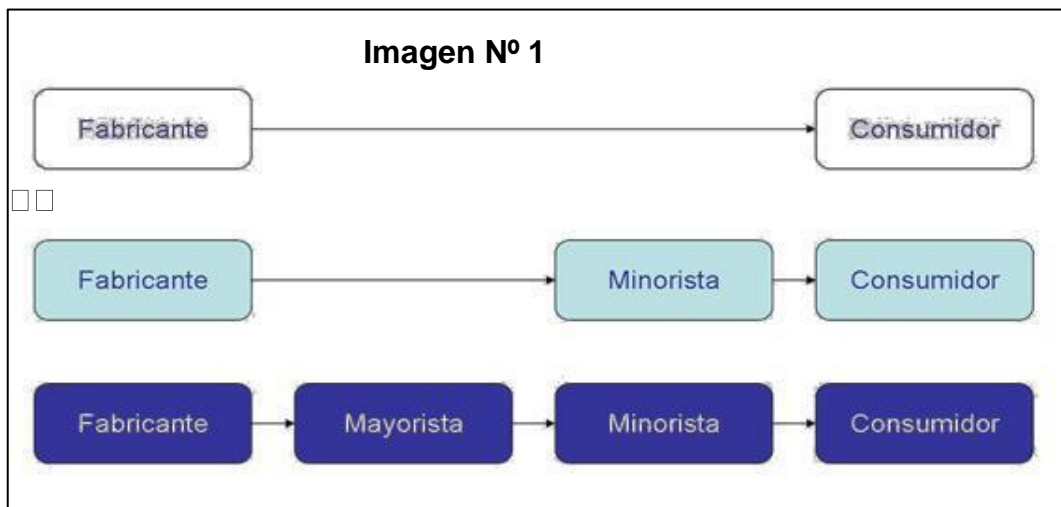
En el mundo de la moda podemos encontrar gran variedad de productos sustitutos los cuales son fáciles de acceder y gustan a todo tipo de personas (RUEDA, 2012)

Dentro de los productos sustitutos tenemos: pantalones, faldas blusas, chaquetas, boleros enterizos, camisetas etc. (RUEDA, 2012).

d.1.1.6 Canales de comercialización:

Dependiendo del lugar en el que se encuentre la empresa se utiliza el canal adecuado, con la finalidad de brindar al cliente plena satisfacción al momento de adquirir el producto. (VELAZQUEZ, 1012)

d.1.1.6.1 Canales de distribución: El siguiente cuadro muestra la manera más común que se da para la distribución de prendas de vestir, el canal dependerá de la situación en la que se encuentre el negociante (fabricante, mayorista, minorista) (VELAZQUEZ, 1012).



Fuente: google

Elaboración: La autora

d.1.1.7 Principales competidores

En el Ecuador no existe una empresa dedicada exclusivamente a la confección de prendas de vestir tallas plus ,por lo tanto para el presente proyecto he tomado como competencia directa a **Forever 21 plus**, una empresa online Canadiense dedicada a la venta de prendas de vestir tallas plus .

Imagen N° 2



Como competencia indirecta tenemos revista de moda y otras páginas online, son consideradas indirectas por presentar solo un segmento de tallas plus.

Imagen N° 3



Imagen N° 4



Revistas de modas

tiendas on-line

Se considera **Forever 21 plus** como el principal competidor por vender prendas excesivas TP, sin embargo las revistas y tiendas online que cuentan con un solo segmento y poca variedad presentan precios muchos más bajos y accesibles con referencia a nuestra competencia directa.

Disponibilidad y abastecimiento de materia prima para el proyecto.

Dentro del Ecuador se puede conseguir la materia prima en diversas empresas, a continuación mostramos algunas:

Imagen N° 5



Imagen N° 6



d.1.1.7 TIPOS DE TELAS QUE SE UTILIZARAN PARA LA CONFECCION DE VESTIDOS TALLAS PLUS

d.1.1.7.1 CREPE

El crepé es un tejido suave con una apariencia irregular, granulada o arrugada. La superficie distintiva del crepé puede ser el resultado de tejido apretado, torsión o anudar las fibras antes de tejer, el uso de patrones irregulares durante el proceso de tejido o añadiéndole a un tejido acabado con rodillos

grabados con un patrón de crepé. El patrón es incrustado de forma permanente en las fibras utilizando una combinación de calor y presión. Varios tipos de fibras se pueden usar para producir telas de crepé, en particular la seda, las telas parecidas a la seda y el algodón. Hay una amplia variedad de tipos de crepé, incluyendo crepé de china, crepé plisado, crepé marroquí, crepé de lana y crepé georgette (LUPITA, 2008).

d.1.1.7.2 Crepé plisado

El crepé plisado se hace mediante el uso de rodillos pesados para impresionar un patrón de crepé en tela o por tratamiento químico de la tela para darle un aspecto similar al crepé característico. La tela, a menudo de algodón, está cubierta de cera en un patrón de rayas o guijarros y se sumerge en una solución alcalina. Las porciones no cubiertas de la tela se reducen, dando como resultado una creación de bandas o arrugas cuando se retira la cera. El tejido crepé plisado resultante es muy fuerte y no necesita planchado (LUPITA, 2008).

d.1.1.7.3 Crepé de lana

El crepé de lana, también conocido como crepón, es un tejido crepé fibroso hecho a partir de mezclas de fibras de seda y algodón. El efecto de crepé en la superficie de la tela se produce a través del tratamiento del hilo durante el proceso de tejido. La tela puede ser tejida con una combinación de giros a la derecha de la mano izquierda en la misma tela o por tener diferentes grados de holgura en los hilos de urdimbre o en la tensión de los giros. El crepé de lana se utiliza para hacer ropa interior y vestidos (LUPITA, 2008).

d.1.1.7.4 Rayón:

Es una fibra que puede imitar el tacto de la seda ,la lana, el algodón o el lino ,lela ligera ,fresca, cómoda ,muy adsorbente y no aísla el cuerpo ,permitiendo la transpiración .por lo general el rayón se utiliza en la confección de blusas, vestidos ,chaquetas ,lencería, trajes y corbatas (LUPITA, 2008).

d.1.1.7.5 Chalis:

Chalis es una palabra derivada del término "shale", que significa "suave" en la terminología indígena estadounidense. Se originó en Norwich, Inglaterra, en

1832, según Fabricas Manufactureras en línea, y su color original o verdadero es marrón. Obtenida de fibras de cabras Kashmir, se encuentra en Irán Tíbet, India, Irak y el sudoeste de China, y la tela es conocida por su buena caída, lo que la hace perfecta para faldas, pañuelos vestidos y blusas livianas (LUPITA, 2008).

La chalis se usa para vestidos, faldas, pijamas y kimonos. Por lo general se tiñe con estampados geométricos o diseños florales. Hecha de lana, algodón o rayón, la tela por lo general se lava a mano con agua fría con un detergente delicado o se limpia en seco para obtener mejores resultados (LUPITA, 2008).

d.1.1.7.6 Encaje:

Tejido formado por hilos de seda, algodón, lino o hilos metálicos, torcidos o trenzados, que se puede realizar a mano o a máquina; se utiliza principalmente como adorno o aplicado sobre otras telas (LUPITA, 2008).

d.1.1.7.7Agujas:

Una aguja es un filamento de metal, cobre u otro material duro, de tamaño relativamente pequeño, generalmente recto, afilado en un extremo y con el otro acabado en un ojo o asa para insertar un hilo. Es empleado desde tiempos prehistóricos para coser (LUPITA, 2008).

d.1.1.7.8 Hilos:

Un hilo es una hebra larga y delgada de un material textil, especialmente la que se usa para coser. La mayor parte de las fibras textiles, salvo la seda y las fibras sintéticas, no exceden de algunos centímetros de longitud, por lo que es necesario el proceso de hilado (GARCIA, 2014).

d.1.1.7.9Tijeras:

Una tijera es una herramienta que se utiliza para cortar. Se compone de dos hojas o cuchillas con filo de un único lado y unidas a través de un eje. Dichas hojas suelen terminar en punta; en el otro extremo, se encuentra el mango que, por lo general, dispone de aberturas para que el usuario pueda introducir sus dedos (PORTO & GARDEY, 2011).

d.1.1.8.1 MAQUINAS QUE SE UTILIZARAN EN EL PROYECTO

Para la confección de las prendas se confeccionaran con las siguientes prendas.

d.1.1.8.2 Maquina recta industrial

De las máquinas industriales, esta es la más usual; con ella se logra una costura de calidad mediante puntadas rectas, en zigzag o una combinación de ambas que permite incluso hacer figuras decorativas. Sus características son: doble pespunte recto y 5,000 puntadas por minuto; sistema de aguja 16 x 231, dispositivo automático de retroceso, lubricación automática, numero de hilos1, numero de aguja 1, puntada federal 301 (CLAVEL, 2012).

d.1.1.8.3 Maquina Overlock

Máquina de costura Overlock de una y dos agujas con puntada de seguridad para materiales delicados a medianos (CLAVEL, 2012).

d.1.1.8.4 Ribeteadora

Máquina ribeteadora triple arrastre con brazo cilíndrico ideal para el trabajo en orillas o ribetes de bolsos, carteras y marroquinería en general. Trabaja con boquillas de ribetes de distintas medidas (opcionales y a elección), se la puede adaptar para trabajos de costura únicamente (sin boquillas) y transformarla en marroquinera, con solo adquirir algunos accesorios (CLAVEL, 2012).

d.1.1.8.5 Elasticadora

Máquina para confeccionar en tejido de punto (remeras, calzas, deportivo, friza, polar, etc), otorga las terminaciones en cuellos, mangas y cintura.

- Collareja 5 hilos tanque
- Lubricación automática
- Regulador de diferencial
- Regulación largo de puntada por leva
- Enfriador de agujas
- Siliconador de hilos
- Motor ½ HP, 2850 RPM 5000 PPM

d.1.1.8.6 Cortadora Recta

Cortadora de tela circular para baja escala de tejido de algodón, tricot, panal y otros.

d.1.1.8.7 Cortadora Circular

Esta máquina realiza la operación de corte de la tela. La máquina consta de un disco de 4 a 20cm de diámetro que al girar realiza el corte, con esta máquina se pueden cortar pliegos de tela con anchuras de hasta el 40% del diámetro del disco; máquina de cuchilla recta, es la máquina más popular en los cuartos de corte, consta de una cuchilla recta que efectúa el corte, usada correctamente es versátil y exacta; máquina cortadora de banda, esta máquina permite cortes de gran exactitud por lo delgado de la banda, finalmente se tienen los mecanismos asistidos por computadora que constituyen las innovaciones últimas en términos de corte.

d.1.1.8.8 Ojaladora

La máquina ojaladora con doble pespunte electrónico está especialmente diseñada para la costura de ropa para trabajo pesado, para dobladillos de botamangas, overoles, uniformes etc.

d.1.1.8.9 Plancha Industrial

Las planchas industriales son objetos que permiten dar un terminado de calidad en las prendas confeccionadas.

d.1.1.9 Tasa De Inflación Y Tasa De Interés Vigentes Para Las Pymes.

Para la implementación del proyecto es necesario conocer la tasa de inflación a la que nos enfrentamos actualmente, y las tasas de interés que existen en el mercado con referencia a nuestro proyecto, con el fin de comparar porcentajes y ver si es factible realizar créditos para la implementación, o si es preferible dejar el dinero en una entidad bancaria ganando intereses (ECUADOR, 2016).

d.1.1.9.1 Tabla Inflación según el Banco Central Del Ecuador

Mediante la siguiente tabla podemos observar como la inflación ha venido decreciendo, encontrándonos hoy con una tasa mucho menor a la de los años anteriores, lo cual se ha logrado gracias a las estrategias puestas por el actual gobierno (ECUADOR, 2016).

Cuadro N° 1

Fecha	Valor
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado: La Autora

De acuerdo Banco Central Del Ecuador la inflación del 31 de octubre del 2016 es del 1.31%. inferior a la que se presentó en el 2014 que fue de 3.76%.

d.1.1.9.2 Tasas de Interés

Según el Banco Central del Ecuador, el promedio de la tasa de interés efectiva referencial para las pymes es de 11,15% anual, y la tasa activa máxima es del 11,83% (ECUADOR, 2016).

Cuadro Nº 2

Tasas de Interés

Diciembre – 2016

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.48	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.84	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.15	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.35	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.10	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.92	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.00	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.77	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.69	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.50	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.86	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.26	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.15	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.48	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.19	Inversión Pública	9.33

Nota:

* Según la Resolución 140-2015-F, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 627 de 13 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Ordinario será de 17.30%; la misma que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

* Según la Resolución 154-2015-F, de 25 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Prioritario será de 17.30% y para el segmento Educativo será de 9.50%

Fuente: Banco central del Ecuador

d.2.1.1 MARCO REFERENCIAL

Empresa: Unidad propulsora de progreso económico y social, donde participan empresarios y trabajadores, quienes procesan materiales e información obteniendo bienes demandados por la personas, beneficiándolas y generando así utilidades (RAMIREZ & CAJIGAS, 2004).

Proyecto de inversión: Conjunto de estudios mediante los cuales se formaliza una idea de negocios que tienen por objeto implementar la producción de un bien o servicio y resolver una necesidad humana (WILSON & PAREDES, 2005).

Serie ordenada de actividades orientadas hacia la inversión, fundamentadas en una planificación completa y coherente mediante la cual se espera una serie de recursos humanos, financieros y materiales produzcan desarrollo económico y social (WILSON & PAREDES, 2005).

Objetivos de un proyecto de inversión: la formulación del proyecto de inversión tiene tres objetivos básicos (WILSON & PAREDES, 2005):

- ✓ Determinar si la implementación y desarrollo de la idea de negocios es Viable.
- ✓ Reunir elementos de juicio que permita tomar decisiones racionales con respecto a la asignación de los recursos disponibles.
- ✓ Proyectar los resultados para determinar si el proyecto se descarta, se Posterga o se ejecuta.

Tipos de proyectos de inversión: Dice, en general se aceptan la existencia de dos tipos de proyectos: proyectos de inversión parciales, emprendidos por empresas en marcha, y proyectos integrales, entendidos como el montaje de una nueva empresa o la adquisición del mayor porcentaje de propiedad de una firma en competencia, movimientos estos realizados por empresas entendidas como personas jurídicas o personas naturales (RAMIREZ & CAJIGAS, 2004).

d.2.1.2 ESTUDIO DE MERCADO

Definición

El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque su resultado depende del desarrollo de los demás estudios de la formulación. La importancia del estudio de

mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que se supone suministrara el proyecto (OROZCO, 2013).

Desde la perspectiva del marketing, un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio (KOTLER & ARMSTRONG, 2013).

✓ **Análisis de la demanda.**

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (COLORADO & JOSÉ, 2009)

El estudio de la demanda tiene como propósitos (CASTRO & CASTRO, 2009):

- Cuantificar la cantidad de productos que el mercado está dispuesto a adquirir.
- Conocer las características de los productos que requiere el mercado.
- Determinar si el producto puede satisfacer las necesidades del mercado.
- Conocer a detalle las necesidades de la población.
- Identificar las características de los consumidores.

Clasificación de las demandas:

Demanda Potencial

Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias (RIOS, 2012)

Demanda real

Previsión que se efectúa tras analizar las peticiones de los clientes o las que se han hecho a proveedores para cualquier análisis que incluya una producción planificada. (RIOS, 2012)

Demanda insatisfecha: Existe demanda insatisfecha cuando la oferta de un producto o servicio no alcanza a cubrir las necesidades del mercado (CASTRO & CASTRO, 2009).

✓ **Análisis de la oferta**

La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades (CASTRO & CASTRO, 2009).

✓ **Plan de comercialización**

Es la combinación de los elementos de márketing que se emplean para satisfacer los objetivos de la organización y el individuo. Los elementos de la mezcla original son producto, precio, promoción y plaza o distribución (GARCÍA & MONGÓ, 2008).

Se denomina de esta manera al conjunto de herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. Son las estrategias de marketing, o esfuerzo de marketing y deben incluirse en el plan de Marketing (plan operativo) (GARCÍA & MONGÓ, 2008)

El producto

Es la configuración de los atributos que debe reunir un producto y los servicios que su venta conlleva para satisfacer las necesidades de los consumidores representan la piedra angular de la estrategia de marketing, ya que condiciona el resto el resto de las decisiones comerciales (TALAYA, y otros, 2008).

Precio

Es la segunda función del marketing es la determinación de una relación calidad-precio capaz de atraer a los consumidores. Para ello, es preciso estudiar la compensación o sacrificio que debe realizar para consumir el intercambio. La fijación de precios plantea doble perspectiva. Por una parte, es un instrumento que estimula la demanda; por otra, es un factor determinante de la rentabilidad de la empresa a largo plazo (TALAYA, y otros, 2008)

Plaza o distribución.

Los canales de distribución están constituidos por organizaciones independientes que participan en el proceso de colocar un producto o servicio para su uso o

consumo. Los intermediarios logran una mayor eficiencia en la tarea de colocar los bienes al alcance de los consumidores a través de sus contactos, experiencia, especialización y escala de operación. Los productos deben estar disponibles en las cantidades necesarias en el lugar correcto y en el momento oportuno para tantos consumidores como sea posible (CASTRO & CASTRO, 2009).

Al mismo tiempo, la empresa debe mantener niveles de inventarios óptimos con el fin de satisfacer la demanda. Hay dos tipos de intermediarios:

- Comerciantes, que adquieren el título de propiedad de los productos.
- Agentes, quienes sirven de contacto entre el productor y el vendedor.

Tipos de canales de distribución

- **Productores-consumidores.** El productor vende directamente al consumidor.
- **Productores-minoristas-consumidores.** En este caso existe un solo intermediario entre el comprador y el productor.
- **Productores-mayoristas-minoristas-consumidores.** El mayorista vende al minorista y finalmente éste al consumidor.
- **Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores.** En la medida que la empresa tiene mayor cobertura de mercado, es mayor el canal de distribución utilizado.

Publicidad

La publicidad es una de las formas de comunicación de la empresa. Nos referimos aquí a la comunicación externa, es decir, al conjunto de mensajes que la empresa lanza al exterior, haciendo abstracción de la comunicación interna de la empresa (LOBO & PINO, 2009).

Venta personal. Actividad que implica el proceso de informar y persuadir a los consumidores para que compren los productos de una empresa específica en una situación de intercambio y mediante la comunicación personal, es decir, una exposición oral ante uno o varios posibles compradores con el propósito de realizar una venta (CASTRO & CASTRO, 2009).

Propaganda. Es una comunicación impersonal en forma de reportaje referente a una organización, sus productos, o ambos, que se trasmite gratis a través de un medio masivo como televisión, radio, periódico, revistas, etcétera (CASTRO & CASTRO, 2009).

Promoción de ventas. Es una actividad, un elemento, que actúa como un estimulante directo que ofrece valores o incentivos adicionales del producto a revendedores, vendedores o consumidores (CASTRO & CASTRO, 2009).

d.3.1 ESTUDIO TÉCNICO

Definición

El estudio técnico determina el nivel tecnológico que tendrá el proyecto: si será intensivo en uso de mano de obra, semiautomático o automatizado. A mayor volumen de producción, es de esperarse la introducción de equipos o maquinaria más automatizada, o cual implica mayor nivel de inversión para el proyecto (ULLO & PROTTI, 2005).

Tamaño del proyecto

Es la base para determinar el monto de las inversiones, los ingresos y gastos que este proyecto puede generar, o la capacidad que tiene el proyecto para cubrir las necesidades de una población (MARTINEZ, 2006).

Capacidad

Después de definida la unidad de medida del tamaño del proyecto, se establece la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo (PADILLA, 2011).

Capacidad instalada: Es la capacidad que tiene una empresa para producir en un tiempo determinado, aprovechando al máximo el rendimiento de la planta instalada. Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente (MIRANDA, 2005).

Capacidad utilizada; Es la fracción de la capacidad instalada que se está empleando (MIRANDA, 2005).

En la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejore la eficiencia empresarial, se irá incrementando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada. (MIRANDA, 2005)

Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Al definir la magnitud del proyecto es preciso adelantar algunas consideraciones en torno a: la dimensión del mercado, a la capacidad financiera de los promotores del proyecto, a la disponibilidad de insumos, a la existencia y eficiente suministro de servicio, a la situación del transporte, a aspectos de tipo institucional, a la capacidad de gestión, a la localización del proyecto, etc. (MIRANDA, 2005).

Dimensión del mercado; Dado que el estudio de mercado posibilita el conocimiento de la demanda futura, se puede adelantar un análisis combinado de esta en función de los costos unitarios; el tamaño más adecuado será aquel que determine mínimos costos y que, a la vez, tenga la capacidad de atender el crecimiento de la demanda (MIRANDA, 2005).

Tamaño, costos y aspectos técnicos: Los costos del proyecto están estrechamente ligados a la definición del tamaño. Si la capacidad de producción se incrementa, los costos fijos unitarios crecen y por lo tanto los costos unitarios totales (MIRANDA, 2005).

También existen procesos técnicos que resultan eficientes solamente a niveles de producción mínimos, por lo tanto, de no encontrarse opciones técnicas alternas, será preciso ponderar otros factores como mercado y capacidad financiera (MIRANDA, 2005).

Tamaño y localización: La distribución espacial del mercado de productos e insumos, además de la importancia de los costos de distribución, hacen que la determinación del tamaño esté relacionada con la forma significativa a la ubicación final del proyecto (MIRANDA, 2005).

Tamaño y financiamiento: Cuando la capacidad financiera está por debajo del tamaño mínimo posible, el proyecto no ofrece ninguna viabilidad y debe ser rechazado o, por lo menos, replantado (MIRANDA, 2005).

Localización

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos (MIRANDA, 2005).

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización), hasta identificar una zona urbana o rural (micro localización), para finalmente **Ingeniería de Planta**.

Es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (PHIPIL & ARMSTRONG, 2013)

Proceso de producción

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura (MIRANDA, 2005).

Diagrama de bloques

Es el método más sencillo para representar un proceso. Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo (URBINA, 2010).

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Constituye una herramienta por medio la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujo gramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar es que el flujo grama deber mostrar las actividades y la secuencia lógica. (MORA, 2004)

Distribución de la planta:

La distribución de la planta consiste en la ordenación de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos (GARCÍA & QUESADA, 2005).

d.4.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Definición

Puede ser concebida como la «red de comunicación» o conjunto de unidades o elementos entre los que se transmite información. Concepción que integra estos tres aspectos estructurales. (LOPEZ, 2015)

MISIÓN

El propósito de una organización; el cual, es una función de cinco elementos (KOTLER & ARMSTRONG, 2013):

- (1) la historia de la organización;
- (2) las preferencias actuales de la gerencia y/o de los dueños;
- (3) las consideraciones ambientales;
- (4) los recursos de la organización;
- (5) sus capacidades distintivas.

VISIÓN

La visión es “El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las competitividad (KOTLER & ARMSTRONG, 2013)

MARCO LEGAL

El análisis de los aspectos legales en la etapa de estudio de su viabilidad económica no debe confundirse con la viabilidad legal. Mientras la viabilidad legal

busca principalmente determinar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto como el que se evalúa, el estudio de los aspectos legales en la viabilidad económica pretende determinar cómo la normatividad vigente afecta la cuantía de los beneficios y costos de un proyecto que ya demostró su viabilidad legal (MEZA, 2013).

Importancia del marco legal

El estudio de viabilidad de un proyecto de inversión debe asignar especial importancia al análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en la de su implementación y posterior operación. Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo si no se encuadra en el marco legal de referencia en el que se encuentran incorporadas las disposiciones particulares que establecen lo que legalmente está aceptado por la sociedad, es decir, lo que se manda, prohíbe o permite a su respecto (CHAIN & SAPAG, 2008).

❖ Razón Social.

Es el nombre bajo el que la empresa operara, el mismo que de estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme la establece la ley

- ◆ **Social:** Es la actividad a la que se va dedicar la sociedad constituyéndose el objetivo fundamental de la empresa.
- ◆ **Capital social:** Es el monto del capital con el que constituye la empresa, conformado por aportaciones de los socios y créditos empresariales.
- ◆ **Tiempo de duración:** Es el plazo de duración que va tener la empresa, registrado desde la fecha de inscripción en el registro mercantil.
- ◆ **Domicilio:** Es el lugar donde se encuentra ubicada la empresa señalando la ciudad, provincia de manera que pueda ser fácilmente localizada por sus clientes u otra persona natural o jurídica.

ORGANIGRAMA

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, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría. (GABRIEL, 2005).

Autor del libro "Negocios Exitosos", define el organigrama como la "representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría" (LOURDES, 2010).

Tipos de organigramas

❖ Organigrama Estructural

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran. Similar a esta definición se debe señalar que 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 (LOURDES, 2010).

Importancia

Dentro de toda empresa, el tener una adecuada organización se torna de vital importancia, pues esta actuará como un instrumento de análisis, que permitirá:

Relación de dependencia confusa: muchas veces se crean unidades sin estudiar primero su ubicación y en el momento de actualizar los organigramas se descubren dobles líneas de mando (THOMPSON, 2009)

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 (THOMPSON, 2009).

Se denomina también donde las funciones, competencias y atribuciones de cada unidad departamental se encuentran especificadas (THOMPSON, 2009).

Importancia

Permite plasmar las funciones que tendrán que cumplir, cada uno de los distintos cargos que conforman la Corporación, para la cual se ha diseñado el mismo. De esta manera se podrá evaluar la inexistencia de funciones que discrepen de un puesto a otro y de igual manera si las funciones asignadas son

las correctas y serán cumplidas dentro de cada área de labores, así en este caso, la nueva estructura. (THOMPSON, 2009)

❖ **Organigrama de Posición**

Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas (THOMPSON, 2009).

Importancia

Este tipo de organigrama es de suma importancia porque nos detalla el rango o puesto que desempeña cada colaborador de la empresa, así como también refleja el sueldo o salario que percibe cada uno de ellos y las personas que están bajo su mando. Esto le permite al colaborador ver cuál es el participante que ocupa un puesto de trabajo en la organización y en donde está desempeñando sus actividades (THOMPSON, 2009).

Niveles Jerárquicos

Nivel legislativo: Su función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc.; y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico (ORTEGA, 2012).

Nivel ejecutivo: Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento. Además, planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trasmite a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución. Detenta el segundo grado de autoridad y es el responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando. Puede delegar la autoridad que considere conveniente, más no la responsabilidad. El nivel ejecutivo (conocido por otros autores como directivo) es unipersonal, cuando exista un Presidente, Director General o Gerente (ORTEGA, 2012).

Nivel asesor: No tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica,

económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa (ORTEGA, 2012).

Nivel auxiliar: Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente (ORTEGA, 2012).

Nivel operativo: Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas de los órganos legislativo y directivo (ORTEGA, 2012).

Manual de funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas. (ORLANDO, 2010)

d.5.1 ESTUDIO FINANCIERO

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de las operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica (URBINA, 2010)

Activos Fijos:

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta (URBINA, 2010).

Activos diferidos

Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc. Representa erogaciones que deben ser

aplicadas a gastos o costos de periodos futuros, por lo que tienen que mostrarse en el balance a su costo no devengado, es decir, se acostumbra mostrar únicamente la cifra neta y no la cantidad original (URBINA, 2010).

Activo circulante

El activo circulante son aquellos que la permanencia en la empresa es corta; suele tener un alto índice de rotación (VARELA & ARROLLO, 2003).

Métodos de Depreciación

Los criterios que inspiran estos métodos de depreciación consideran que los activos pierden valor con el paso del tiempo, y especialmente si se tiene en cuenta el factor obsolescencia (VARELA & ARROLLO, 2003).

Financiamiento:

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse (URBINA, 2010).

Fuente interna

Son aquellas que provienen de los accionistas de la empresa. Son las nuevas aportaciones que los accionistas dan a la organización, o bien, son utilidades generadas por la empresa no retiradas por los accionistas y que quedan dentro del renglón de utilidades reinvertidas y que en algún momento futuro pueden ser susceptibles de capitalización (SOTO, 2011).

Fuente externa.

Las deudas de una empresa son una fuente de financiamiento que permite adquirir bienes de capital, inventarios, pago de nóminas, entre otros. Sin embargo, dicho financiamiento debe ser analizado cuidadosamente, pues compromete los recursos de la empresa a corto y a largo plazo, según sea el caso (SOTO, 2011).

Análisis De Costos

El objetivo esencial de la misma es comunicar información financiera y no financiera a la administración a efecto de que esta pueda ejercer la planeación el control y la evaluación de los productos. El análisis del costo es sumamente importante ya que el mismo mide el sacrificio económico en el que se haya incurrido para alcanzar las metas de una organización (URBINA, 2010).

Costos De Producción

Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas del estudio técnico. Un error en el costo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico. El proceso de costeo es producción es una actividad de ingeniería, más que de contabilidad (URBINA, 2010).

Elementos de los Costos

Costo Primo:

Materia prima: Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien (PEDRO, 2007).

Mano de obra Directa: La mano de obra es el aporte humano en la elaboración de un producto, es el esfuerzo físico o mental en la fabricación de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por utilizar recursos humanos (VASCONES, 2003).

Constituye el segundo elemento del costo de producción y representa esfuerzo físico e intelectual del hombre o fuerza de trabajo aplicada a la transformación materia prima en producto terminado (MANUEL, 2007).

Costos Generales de Fabricación

Se los denomina costos por cuanto al igual que la materia prima como la mano de obras, se capitalizan al inventario de productos terminados.

Costos indirectos de fabricación (CIF)

Los Costos Indirectos de Fabricación son los materiales o suministros complementarios fundamentales para la fabricación pero no pueden ser medidos unitariamente sino de una manera total. Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.

Costos De Operación

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

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son valores económicos necesarios para el funcionamiento administrativo, que tienen que ver con los costos de producción para generar ingresos a la empresa.

Afirma: "son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa (MANUEL, 2007).

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa (MANUEL, 2007)

Gastos Financieros

Se incluyen bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionales por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisiones bancarias, etc.

Llamadas también cargas financieras. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras (MANUEL, 2007).

Gastos De Ventas

Los gastos de venta son aquellos valores monetarios que se realizan en el proceso de vender los productos o servicios.

Los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad entre otros (BRAVO, 2007).

Gastos De Depreciación

La pérdida de valor de un activo fijo y tangible, a consecuencia de su insuficiencia, uso u obsolescencia, se denomina depreciación (VILLALOBOS, 2009).

La depreciación se define como la pérdida de valor que sufre los activos fijos haciendo que su vida útil resulte limitada (VIDAURI, 2008).

Costo Total De Producción

Para determinar el costo total de producción que implica determinar el costo real de la producción esperada durante el año, se considera a más de las cuentas utilizadas para calcular el capital de trabajo, las depreciaciones y amortizaciones de tal forma que este análisis debe contemplar las cuentas que permitan la aplicación de la siguiente formula (MORA, 2004):

$$CTP = CP + CO$$

$$. CTP = CP + (Gastos Admins. + Gast. Ventas + Gast. Financiero Otros Gastos)$$

En donde:

CTP= Costo Total de Producción

CP= Costo de Producción

CO= Costo de Operación

Costo Unitario De Producción

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos (MORA, 2004):

$$CUP = \frac{CTP}{\# UNIDADES PRODUCIDAS}$$

Establecimiento De Precios

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionara un margen de utilidad. Para ellos existen dos métodos (MORA, 2004):

Método Rígido.- denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinado.

$$PVP = CT + MU$$

Método Flexible.- toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios, etc. (MORA, 2004)

Determinación De Ingresos

Para la determinación de ingresos se toma en cuenta lo siguiente:

UNIDADES PRODUCIDAS = capacidad utilizada

COSTO UNITARIO = Costo total de producción / Unidades producidas

$$CU = CTP + UP$$

MARGEN DE UTILIDAD = % (criterio del proyectista)

PRECIO DE VENTA = Costo unitario x % (margen de utilidad)

$$PV = CU \times \% \text{ margen de utilidad}$$

PRECIO DE VENTA AJUSTADO = se ajusta la cantidad al valor más próximo del Precio de Venta

UNIDADES VENDIDAS = se descuenta una cantidad determinada de las unidades producidas para utilizarlas con fines de publicidad

Presupuesto Preformado

Una vez que se ha determinado los costos y los ingresos se tiene el insumo básico para la elaboración del presupuesto pro formado, que permite elaborar el estado de pérdidas y ganancias que presenta la primera información sobre el rendimiento que oferta el proyecto al inversionista (MORA, 2004).

El presupuesto preformado constituye la herramienta fundamental para la evaluación financiera. Este presupuesto contiene la información sobre los ingresos y egresos esperados del proyecto durante la vida útil, por tanto es necesario proyectar los valores del año 1 para todos los años del horizonte del proyecto (MORA, 2004).

Al proyectar los valores debe considerarse que no todos los rubros o cuentas se afectan de la misma forma, sin embargo la práctica recomienda aplicar la tasa de inflación, siempre y cuando esta se ajusta a la realidad económica (tasa camuflada) (MORA, 2004).

Para la elaboración del presupuesto es necesario considerar que existen dos alternativas que derivan de la planificación productiva para el ciclo del proyecto, estos son:

Cuando la producción es constante durante el horizonte del proyecto

Cuando existen incrementales de producción a lo largo de la vida útil del proyecto (MORA, 2004)

Clasificación De Los Costos

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y variables (URBINA, 2010).

Costos Fijos.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen (MORA, 2004).

Costos Variables.- Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

Estado De Pérdidas Y Ganancias

El Estado de Resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa (RUBÉN, 2005).

Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo (MERCEDES, 2005).

Egresos: Los egresos son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización.

Punto de Equilibrio

El 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, en donde se equilibra los costos, los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

- Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
- Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables. (MORA, 2004)

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 él genera; para su 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 (MORA, 2004)

❖ **En Función de la Capacidad Instalada**

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

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

❖ **En Función de La Producción**

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

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

EN DONDE:

PVu: precio de venta unitario

CVu: costo variable unitario

$$CVu = \frac{CVT}{\# \text{ UNIDADES PRODUCIDAS}}$$

❖ **Representación Gráfica**

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

d.6.1 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión a través de indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad (URBINA, 2010).

Flujo de caja

Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, Por lo tanto el flujo de caja puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión o como parte de la etapa de ejecución (URBINA, 2010).

Valor residual

Es el valor final de un activo, una vez que haya perdido su valor, tras haber sido utilizado durante unos años de vida determinados (SAPAG, 2011).

Valor actual neto

Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable (LOPEZ, 2015).

Formula

$VAN = \text{Sumatoria de Flujos Netos} - \text{Inversión}$

Factor de actualización

Factor por el que se actualiza periódicamente el importe a pagar teniendo en cuenta la variación del precio del bien o servicio a lo largo del periodo de contratación (LOPEZ, 2015).

$$FD = (1 + i)^{(-t)}$$

Tasa interna de retorno

Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final (URBINA, 2010).

Formula

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANMenor}{VANMenor - VANMayor} \right)$$

Relación beneficio costo

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad (URBINA, 2010)

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

B/C > 1 Se debe ejecutar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente ejecutar el proyecto

B/C < 1 Se debe realizar el proyecto

Formula

$$R \text{ B/C} = \frac{\text{IngresosActualizados}}{\text{EgresosActualizados}}$$

Periodo de recuperación de capital

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar (URBINA, 2010).

Formula

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primero Flujos}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

Análisis de sensibilidad

Es un término financiero, muy utilizado en las empresas para 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 y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales (URBINA, 2010).

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien nos da el porcentaje de cambio.

Formula:

$(VAN_n - VAN_e) / VAN_e$. Donde VAN es el nuevo VAN obtenido y VAN es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable.

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

e) METODOLOGÍA

Materiales y métodos

Para la elaboración del presente trabajo de Tesis se utilizó los siguientes materiales, métodos, técnicas y procedimientos tales como:

Materiales

Los suministros utilizados son: carpetas, esferos, etc.

Material tecnológico: Portátil, CD, Flas memoria entre otros.

Material bibliográfico: Libros, Revistas etc.

METODOS

Para el desarrollo de la tesis se aplicaron los siguientes métodos:

Deductivo: Este método, permitió que en base a la revisión de la literatura de trabajos ya realizados se fundamenta los siguientes estudios: estudio de mercado, técnico, organizacional, económico-financiero y la evaluación financiera que admitió determinar la factibilidad de proyecto para la creación de la empresa de confección y comercialización de vestidos talla plus (tallas grandes).

Inductivo: Este método se utilizó para determinar las particularidades encontradas en el desarrollo del proyecto de inversión para la producción y comercialización de vestidos para mujeres tallas plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja.

Método estadístico: Este método sirvió para representar, simplificar y poder analizar los datos obtenidos en las encuestas aplicadas.

Descriptivo – Analítico: Este método se utilizó durante el desarrollo de la investigación, y se realizó la recolección de la información necesaria para la elaboración del proyecto; la cual mediante las encuestas se puede determinar la oferta y la demanda y los gustos y preferencias de los posibles consumidores.

Técnicas

Teniendo como base a la técnica como el conjunto de instrumentos y medios que se encargan de cuantificar, medir y correlacionar datos, de tal grado que se pueda definir con estructura el proceso de investigación; gracias a su aplicación se obtuvieron los datos precisos para el desarrollo del Proyecto de Tesis, cuya información fue luego procesada para obtener resultados concretos del objeto de estudio; dentro de estas técnicas tenemos:

Observación Directa: se la utilizó para observar la existencia de una posible competencia ante este nuevo producto, así mismo conocer los requerimientos del consumidor y la materia prima que se requiere para la ubicación de esta nueva empresa.

Encuesta: Esta técnica permitió obtener información mediante la elaboración de un cuestionario de preguntas aplicadas a las mujeres de 15 a 64 años de edad de la ciudad de Loja.

Basándonos en datos del Instituto Nacional de Estadísticas y censo de 2010, teniendo una población mujeres de 58.735, que fue proyectada para el año 2016 con una tasa de crecimiento de 2,65%.

Encuesta a los Oferentes: permitió conocer la información de los oferentes de vestidos talla plus de la ciudad de Loja, que según datos del Servicio de Rentas internas (SRI) del año 2016, existen 1141 locales dedicados a la confesión y venta de vestidos.

e.1.1 Población y Muestra

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) del año 2010, la población de estudio son las mujeres de 15 a 64 años de edad es de 58.735 habitantes de la ciudad de Loja.

POBLACIÓN DE MUJERES ENTRE 15 A 64 AÑOS DE LA CIUDAD DE LOJA

Cuadro N° 3

AÑO	MUJERES
2.010	58.735

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La autora

Para el cálculo del tamaño de la muestra, primeramente se ha proyectado la población de mujeres en base a la tasa de crecimiento poblacional de 2.65 % proporcionada por el INEC.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE MUJERES.

Datos:

Población mujeres de 15 a 64 años (2010)= 58.735

Tasa de incremento: 2,65 % / 100 = 0,0265

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

$$Pf = 58.735(1 + 0,0265)^6$$

$$Pf = 58.735 (1,0265)^6$$

$$Pf = \mathbf{68.715 \text{ MUJERES}}$$

Cuadro N° 4

PERIODO	AÑO	POBLACIÓN (15 a 64 Años)
0	2.010	58.735
1	2.011	60.291
2	2.012	61.889
3	2.013	63.529
4	2.014	65.213
5	2.015	66.941
6	2.016	68.715

Fuente: Censo 2010 INEC.

Elaboración: La autora

A continuación se determinó la población de estudio para la vida útil del proyecto, tomando en cuenta la población proyectada del 2016.

Cuadro N°5

POBLACIÓN DE ESTUDIO PROYECCIÓN 2021		
PERIODO	AÑO	POBLACIÓN MUJERES
		(15 a 64 Años)
Tasa de crecimiento = 2, 65%		
0	2.016	68.715
1	2.017	70.536
2	2.018	72.405
3	2.019	74.324
4	2.020	76.293
5	2.021	78.315

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: La Autora

Obtención del Tamaño de la Muestra

Con el fin de saber la cantidad de encuestas que serán aplicadas a las mujeres entre 15 a 64 años, se determina el tamaño de muestra, así mismo obtener la información que permita realizar un análisis del tema objeto en estudio.

La muestra resultara de la utilización de la siguiente fórmula:

<p>DÓNDE:</p> <p>n = tamaño de la muestra</p> <p>N = tamaño de la población</p> <p>Z = Distribución normalizada.</p> <p>Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%</p> <p>E = margen de error deseado</p>

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

$$n = \frac{68.715(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(68.715 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{68.715(3,8416)(0,25)}{68.714(0,0025) + (0,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{68.715(0,9604)}{171,79+0,9604}$$

$$n = \frac{65.993,88}{172,75}$$

$n = 382$ Encuestas.

Muestra de los oferentes

Según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) del año 2016, existen 1.141 locales dedicados a la confección y venta de vestidos.

$$\frac{N.Z^2.P.Q}{(N-1)E^2+Z^2.P.Q}$$

$$n = \frac{1.141(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(1141 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1.141(3,8416)(0,25)}{1.140(0,0025) + (0,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{1.141(0,9604)}{2,85+0,9604}$$

$$n = \frac{1.095,82}{3,81}$$

$n = 288$ Encuestas.

Procedimiento

La demanda. Una vez calculado la muestra se procedió a ejecutar las encuestas; este consiste en sectorizar los diferentes barrios de cada parroquia de acuerdo a la población de cada uno de las mismas, determinando en números de calles que se escogió de acuerdo a la distribución obtenida por el municipio de Loja, Después se aplicaron 382 encuestas a las mujeres de 15 a 64 años de la ciudad de Loja.

La oferta. Para establecer la oferta se procedió a ejecutar las encuestas a los propietarios de 288 locales de la ciudad, dedicados a la venta de vestidos.

Obteniendo la información primaria se procedió a su tabulación, análisis y presentación a través de cuadros y gráficos estadísticos que permitan una mayor comprensión de los resultados y la determinación de la demanda insatisfecha del producto, posterior se ejecutó la estructuración del Estudio Técnico, con la finalidad de establecer el tamaño (capacidad instalada y utilizada) y la localización (macro y micro localización) en base a los datos obtenidos de la demanda insatisfecha que la empresa desea cubrir, también la Ingeniería del Proyecto se procedió a detallar el proceso de producción, tiempos y recursos necesarios, además se indicaron los equipos, maquinaria, materia prima, recurso humano, etc., a utilizarse y la distribución física de la planta, elementos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa. En el Estudio organizacional, se puntualiza la organización legal de la empresa, la estructura empresarial (niveles jerárquicos), organigrama estructural, funcional, posicional y el manual de funciones, en el que se especifica las obligaciones que deben cumplir cada uno de los integrantes de la empresa.

En la parte financiera se establecieron las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, y la fuente de financiamiento, se calcularon los costos fijos, variables y totales que permitieron obtener el costo unitario total al que se le aumentó un margen de utilidad que permita obtener beneficios a los inversionistas.

En base a la información financiera se realizó el flujo, se constituye en la base para el cálculo del valor actual neto, el periodo de recuperación del capital, la relación beneficio costo, la tasa interna de retorno y el análisis de sensibilidad que permite determinar la factibilidad financiera de la ejecución del proyecto.

f) RESULTADOS

ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS MUJERES DE 15 A 64 AÑOS DE EDAD DE LA CIUDAD DE LOJA.

1. Datos Generales:

1.1 Edad

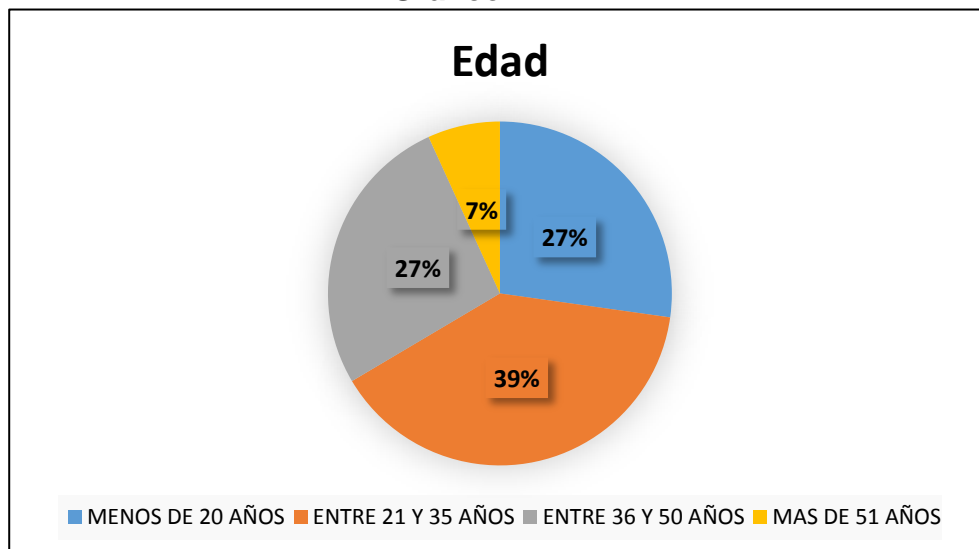
Cuadro N° 6

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
menos de 20 años	104	27%
entre 21 y 35 años	150	39%
entre 36 y 50 años	102	27%
más de 51 años	26	7%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 1



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los encuestados el 27% tienen menos de 20 años, 39% la edad es entre 21 y 35 años de edad, el 27% tienen entre 36 y 50 años, y el 7% respondieron que tienen más de 50 años.

1.2. ¿En qué parroquia habita?

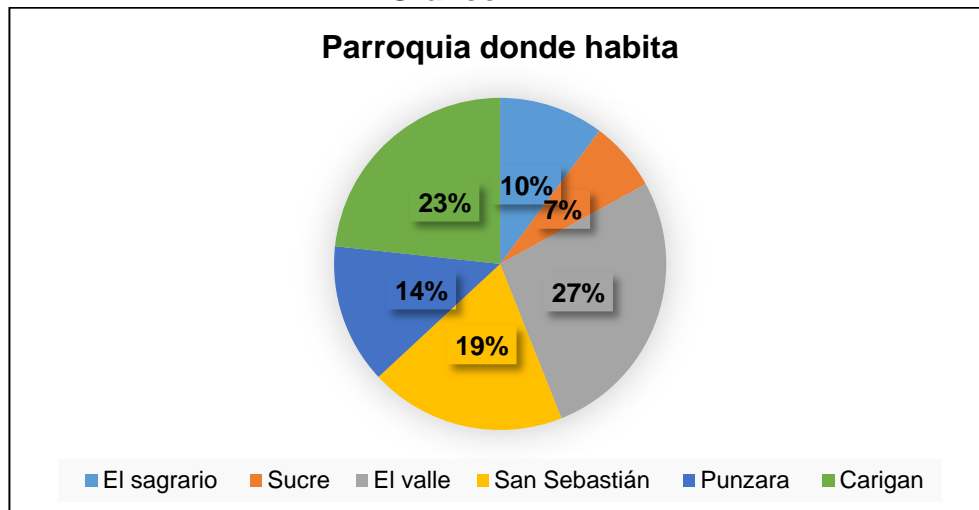
Cuadro N° 7

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El sagrario	39	10%
Sucre	26	7%
El valle	103	27%
San Sebastián	73	19%
Punzara	52	14%
Carigan	89	23%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta a los Demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 2



Fuente: Encuesta a los Demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

El 10% de la población encuestada viven en la parroquia el Sagrario, 7% habitan en la parroquia Sucre, 27% pertenecen a la parroquia el Valle, 19% viven en la parroquia San Sebastián, 14% pertenecen a la parroquia punzara, y el 23% respondieron que habitan en la parroquia Caringa.

2. ¿Es usted una mujer talla plus (Talla grande)?

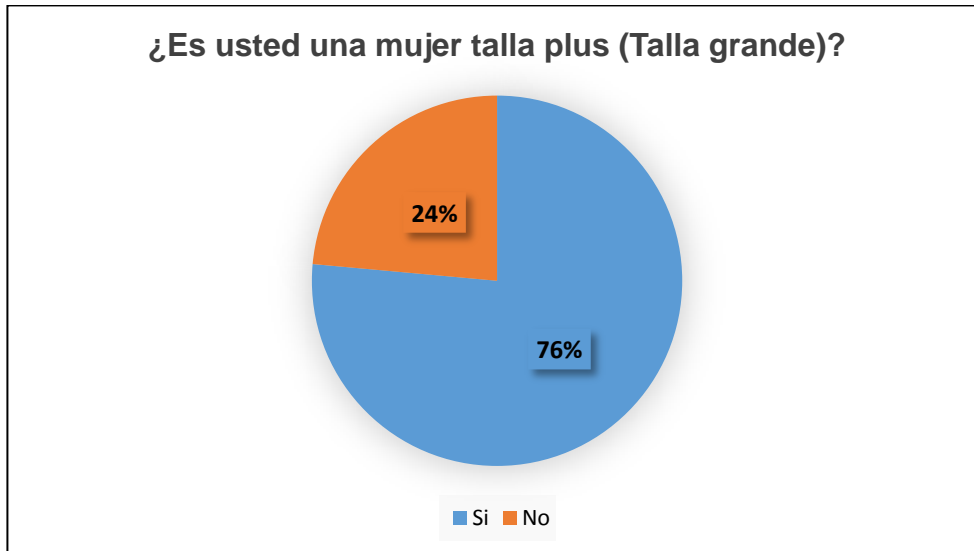
Cuadro N° 8

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	292	76%
No	90	24%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 4



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas el 76% contestan que si son talla plus, y el 24% respondieron que no son talla plus y por ende no utilizan prendas de vestir tallas grandes.

Esta pregunta se la realizo para determinar la demanda potencial obteniendo el 76% de mujeres talla plus.

3. ¿Qué tipo de ropa talla plus (Talla grande) utiliza usted con más frecuencia?

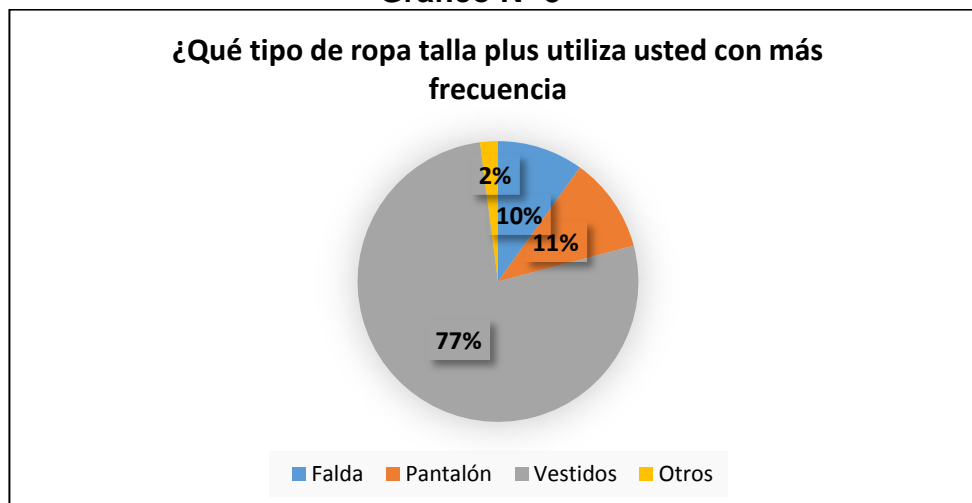
Cuadro N° 9

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falda	29	10%
Pantalón	32	11%
Vestidos	225	77%
Otros	6	2%
Total	292	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.

Elaboración: La autora

Gráfico N° 5



Fuente: Encuesta a los demandantes.

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

El 10% de las personas encuestas utilizan falda, 11% compran pantalones, 77% utilizan vestidos, y el 2% utilizan otros tipos de ropa.

Con esta pregunta se realizó la demanda real obteniendo un mayor porcentaje los vestidos talla plus que es de 77%.

4. ¿Qué talla utiliza usted?

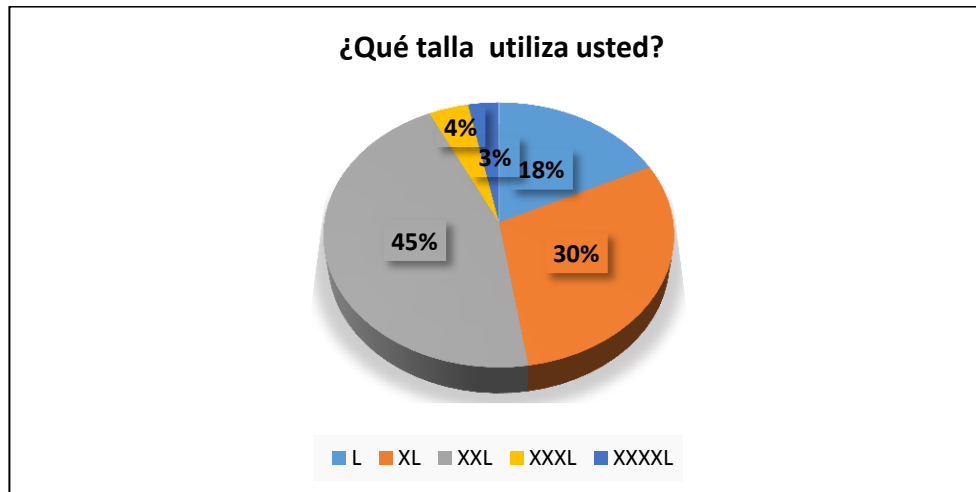
Cuadro N° 10

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
L	40	18%
XL	67	30%
XXL	103	46%
XXXL	9	4%
XXXXL	6	3%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 6



Fuente: Encuesta a los demandantes.

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Con respecto a las encuestas realizadas el 18% utilizan vestido talla (L), 30% compran prendas talla (XL), el 46% utilizan talla (XXL), 4% corresponde a las personas que utilizan talla (XXXL), 3% compran vestidos de talla XXXXL.

5. ¿Qué Color de vestidos tallas plus prefiere usted?

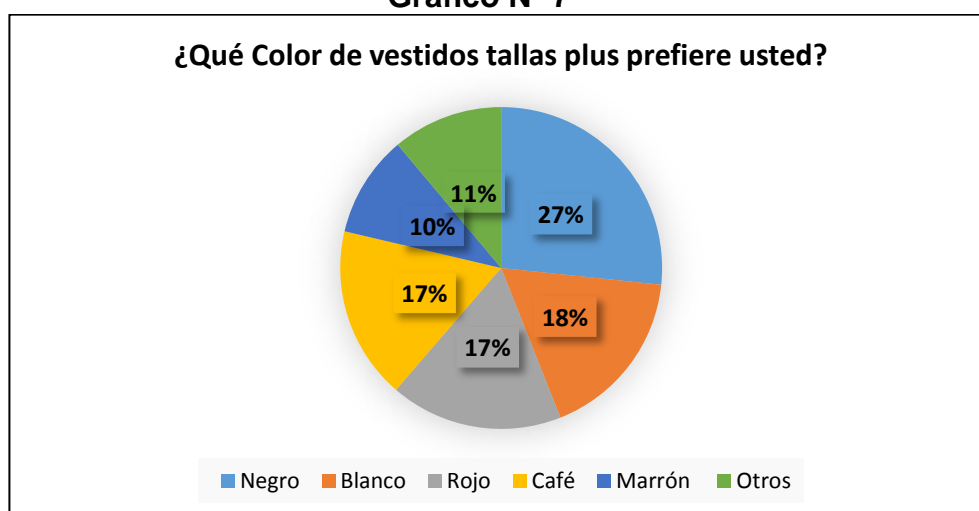
Cuadro Nº 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Negro	60	27%
Blanco	39	17%
Rojo	39	17%
Café	39	17%
Marrón	23	10%
Otros	25	11%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes.

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 7



Fuente: Encuesta a los demandantes.

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación:

El 27% utilizan ropa de color negro, 17% compran vestidos de color blanco, el 17% adquieren vestidos de color rojo, 17% obtienen prendas de vestir de color café, 10% utilizan vestidos de color marrón, y el 11% respondieron que prefieren otros colores.

6. ¿Suele encontrar vestidos de su talla con facilidad?

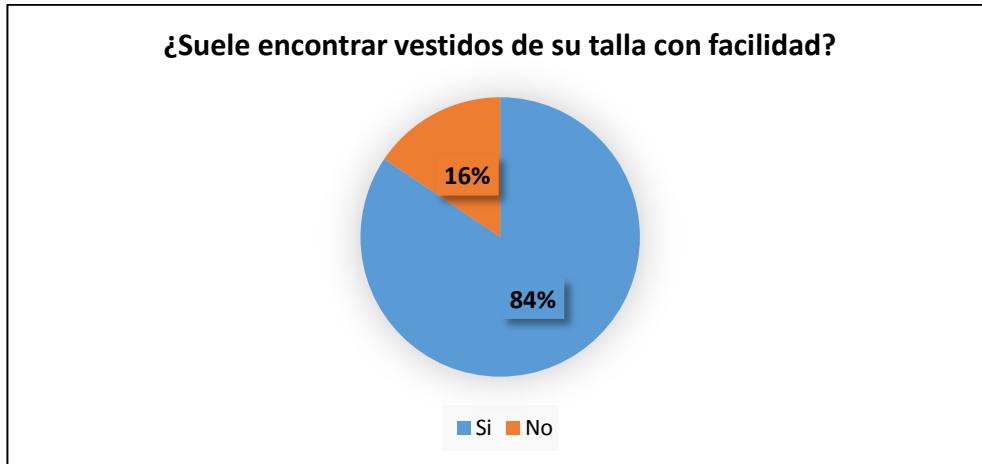
Cuadro N° 12

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	190	84%
No	35	16%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a Los Demandantes

Elaboración; La Autora

Gráfico N° 8



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvo, que el 84% si encuentran vestidos de su talla con facilidad, y el 16% no encuentran vestidos de su talla con facilidad.

7. ¿A qué tipo de tienda suele ir a comprar vestidos tallas plus (talla grande)?

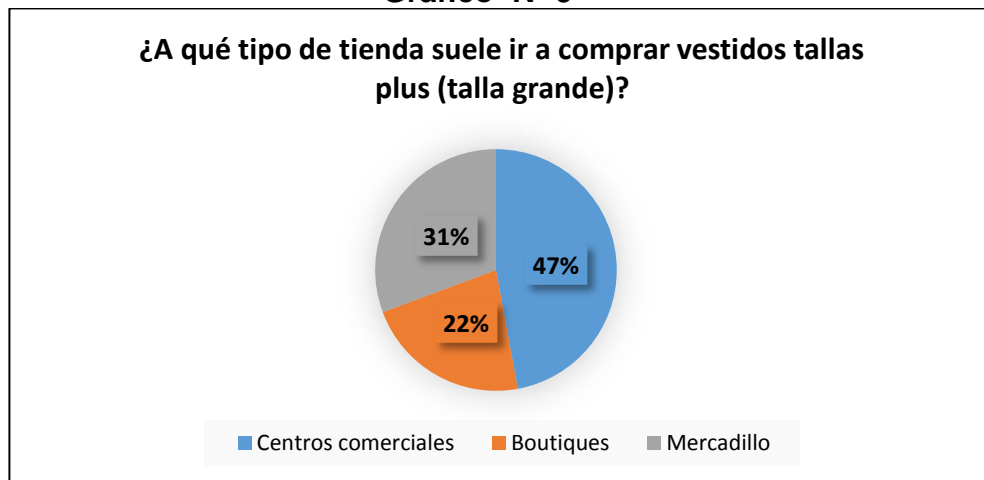
Cuadro Nº 13

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros comerciales	106	47%
Boutiques	50	22%
Mercadillo	69	31%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 9



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación.

En esta pregunta se obtiene que el 47% prefieren comprar sus vestidos en centros comerciales, 22% adquiere sus prendas en boutiques, 31% acuden a comprar sus prendas de vestir en el centro comercial el mercadillo.

8. ¿Cuántos vestidos requiere usted anualmente?

Cuadro N° 14

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	X. F
1	97	43%	97
2	112	50%	224
3	16	7%	48
Total	225	100%	369

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Frecuencia 225

$$369/225=1,64$$

Adquisición de 2 vestidos anual.

Análisis e interpretación:

Esta pregunta permite determinar la utilización promedio de vestido por cada mujer teniendo una utilización de 2 vestidos anuales talla plus.

9. ¿Qué precio paga usted por los vestidos talla plus?

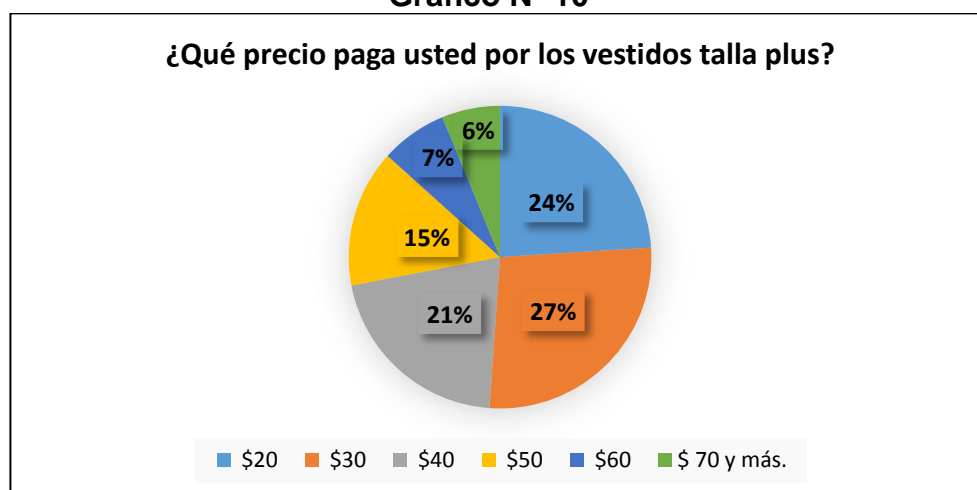
Cuadro N° 15

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 20	54	24%
\$ 30	61	27%
\$ 40	47	21%
\$ 50	33	15%
\$ 60	16	7%
\$ 70 y más.	14	6%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 10



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

El 24% pagan por un vestido \$20, el 27% compran en 30 dólares, 21% pagan 40 dólares por un vestido, 15% compran en \$ 50, 7% que pagan por cada prenda 60 dólares, y el 6% compran en más de 70 dólares cada prenda.

10. Para la compra de una prenda de un vestido talla grande. ¿Le Gustaría recibir?

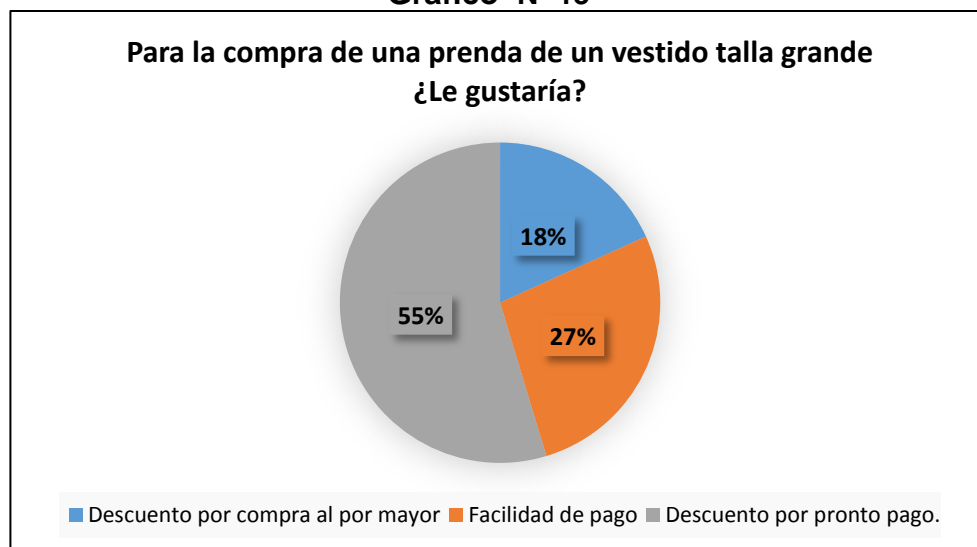
Cuadro Nº 16

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuento por compra al por mayor	41	18%
Facilidad de pago	61	27%
Descuento por pronto pago.	123	55%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 13



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación:

Se puede interpretar que el 18% les gustaría recibir descuentos por comprar al por mayor, 27% quieren facilidad de pago, y el 55% les gustaría tener un descuento por pronto pago en sus prendas de vestir.

11. ¿Por qué medio de medio de comunicación le gustaría que se haga publicidad las prendas de vestir de talla plus (Talla grande)?

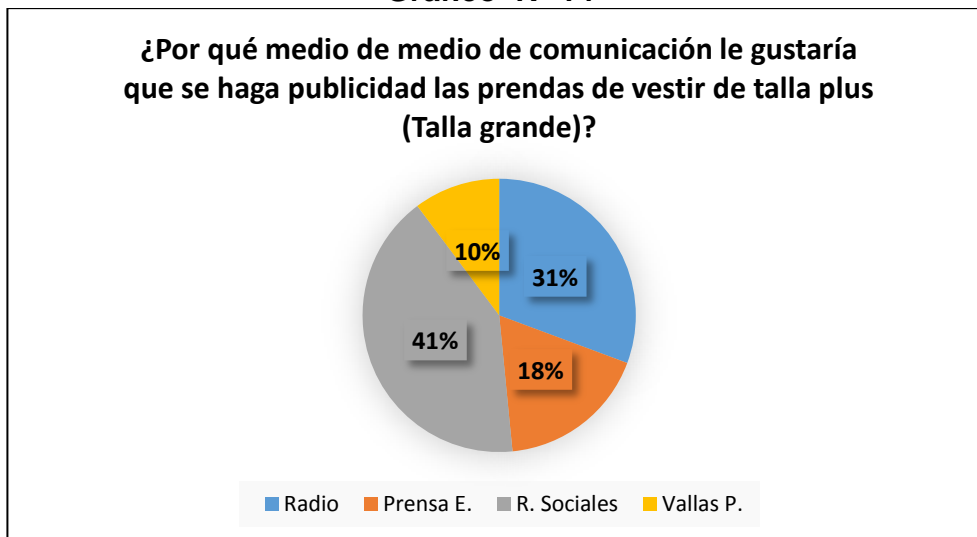
Cuadro N° 17

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	69	31%
Prensa E.	40	18%
R. Sociales	93	41%
Vallas P.	23	10%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 14



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas el 31% el medio de comunicación que utilizan es la radio, 18% utilizan con mayor frecuencia la prensa escrita, 41% la mayor tiempo para comunicarse son las redes sociales, y el 10% ocupan las vallas publicitarias.

12. ¿En caso de crear una empresa dedicada a la confección de vestidos tallas plus (Tallas grandes) en la ciudad de Loja estaría dispuesto a adquirirlos?

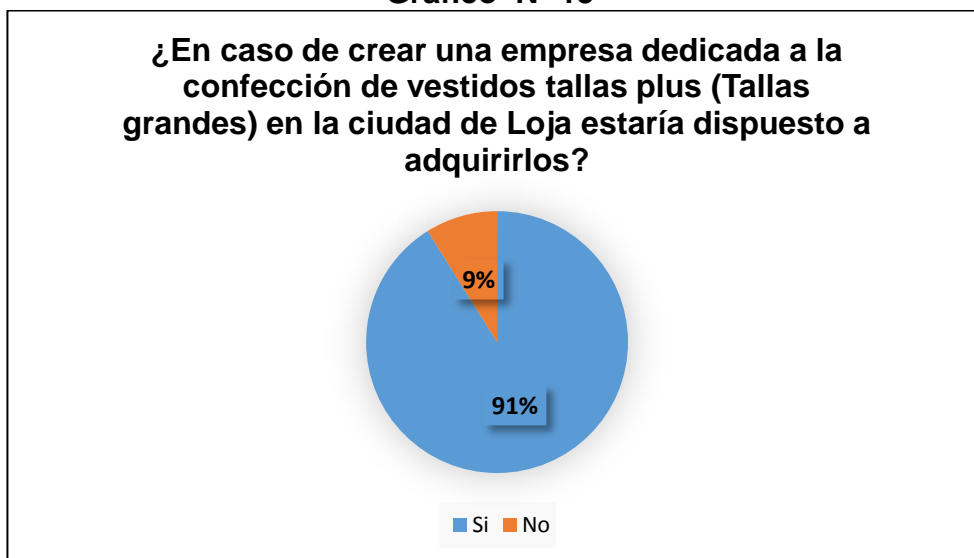
Cuadro N° 18

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	205	91%
No	20	9%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 15



Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos el 91% estarían dispuestos a adquirir vestidos en caso de crear una empresa, 9% no estarían dispuestos a adquirir los vestidos que ofrecería una nueva empresa.

Esta pregunta permitió determinar la demanda efectiva, que en caso de crearse la empresa estarían dispuestos a adquirir los vestidos, teniendo un porcentaje de 91% de acuerdo a los resultados obtenidos

Análisis De Las Encuestas Aplicadas A Los Ofertantes

1) ¿En su negocio Vende usted vestidos?

Cuadro N° 19

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	120	42%
No	168	58%
Total	288	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 15



Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados de los locales se obtiene el 42% venden vestidos, y el 58% de los locales no venden vestidos.

2) ¿Vende usted vestidos tallas plus (tallas grandes)?

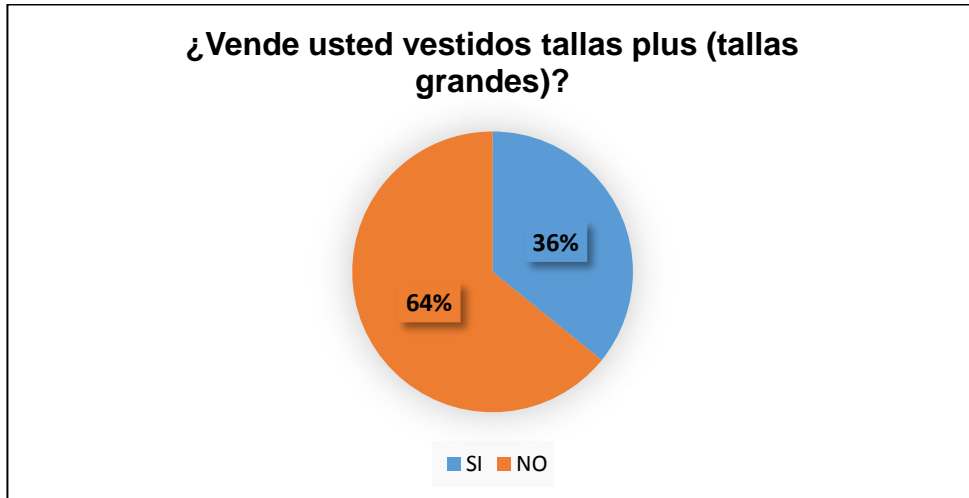
Cuadro Nº 20

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	43	36%
NO	77	64%
Total	120	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 15



Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Análisis E Interpretación

En esta pregunta el 36% venden vestidos tallas plus, 77 que constituye el 64% no venden vestidos talla plus.

Como se puede observar los locales que venden vestidos talla plus son pocos.

3) ¿Qué cantidad vende mensualmente?

Cuadro N° 21

DESCRIPCION	FRECUENCIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
11	1	11	132
12	1	12	144
13	0	0	0
14	0	0	0
15	8	120	1440
16	0	0	0
17	3	51	612
18	10	180	2160
19	6	114	1368
20	14	280	3360
TOTAL	43	768	9216

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

En esta pregunta se determinó la venta mensual de vestidos talla plus.

Para calcular las ventas anuales se multiplico el número de compra que realizan las personas mensualmente (1), esta multiplico por (12) meses dando un valor anual de (9.216) ventas al año.

Determinación de las ventas mensuales:

En el cuadro se puede observar que en la descripción esta los vestidos que venden mensualmente y en la frecuencia está el número de locales que venden cierta cantidad de vestidos obteniendo lo siguiente:

Vende 11 vestidos mensual 1 local esto se lo multiplica por 12 meses del año que es igual a 132 vestidos vendidos anual.

4) ¿Qué talla vende con más frecuencia?

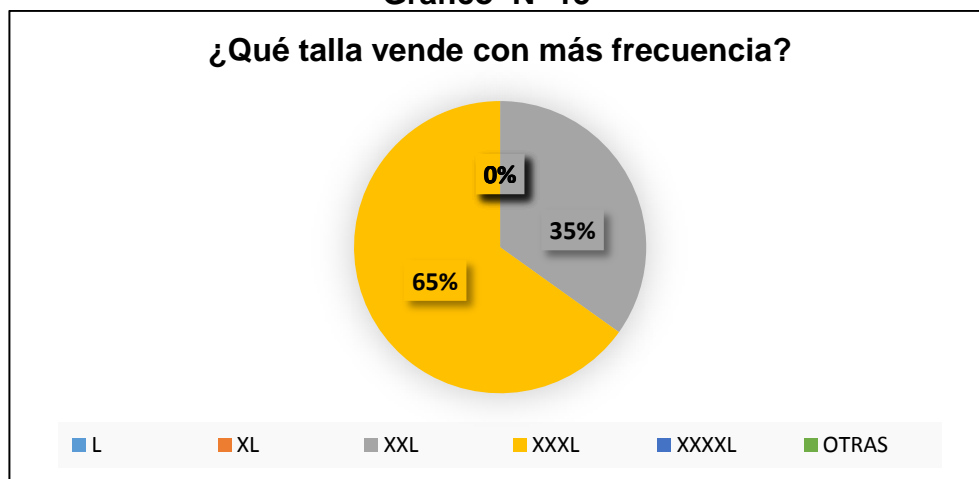
Cuadro Nº 22

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
L	0	
XL	0	
XXL	15	35%
XXXL	28	65%
XXXXL	0	
OTRAS	0	
Total	43	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 15



Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

El 35% las tallas que más venden son vestidos (**XXL**), y el 65% venden con más frecuencia las tallas (**XXXL**).

5) ¿Qué precio tiene los vestidos que vende?

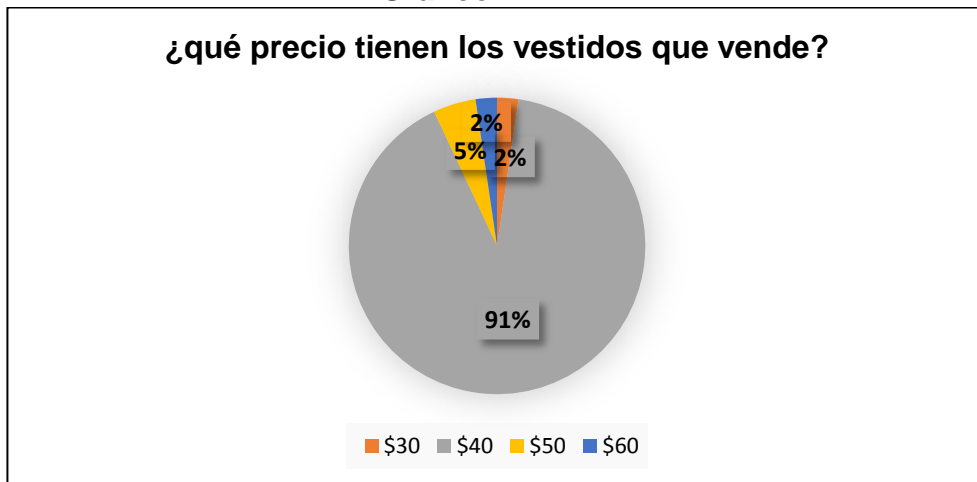
Cuadro Nº 23

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$30	1	2%
\$40	39	91%
\$50	2	5%
\$60	1	2%
Total	43	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 17



Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los encuestados el 2% que vende en 30 dólares los vestidos, 91% venden los vestidos en 40 dólares, 5% los vestidos tienen un precio de 50 dólares, 2% venden los vestidos en 60 dólares.

6) ¿Qué porcentaje crecieron las ventas de vestidos talla plus este año en comparación con el año pasado?

Cuadro N° 24

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	X.F
6%	18	108
7%	11	77
8%	7	56
9%	5	45
10%	2	20
TOTAL	43	306

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

PROCEDIMIENTO

Para determinar la tasa de crecimiento de los oferentes se calculó multiplicando la frecuencia por la descripción que es el porcentaje de un año en referencia con otro, estos resultados se los divide la sumatoria de la multiplicación dividido para la sumatoria de la frecuencia.

FRECUENCIA: 43

X.F: 306

$$306/43 = 7,12\%$$

Análisis e interpretación

El porcentaje de crecimiento en las ventas es 7,12%, la misma que es utilizado para calcular la oferta futura.

g) DISCUSIÓN

g.1. Análisis De La Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

El objetivo del análisis es determinar la aceptación que tienen las casas de las mascotas en la satisfacción de dicha demanda.

g.1.1 Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían adquirir o consumir determinado producto en el mercado. En este caso se considera la población de mujeres con índice de masa corporal mayor al que deberían tener en este caso es 76% (Cuadro N° 8)

Datos:

Población : 68715

Porcentaje : 76%

Tasa de crecimiento 2,65%

Dp=Np*Porcentaje

Dx= 68715*76%

Dx= 52223

Proyección de la demanda potencial

Cuadro N° 25

AÑO	POBLACIÓN 2,65%	DEMANDA POTENCIAL (76%)
0	68.715	52.223
1	70.536	53.918
2	72.405	55.346
3	74.324	56.813
4	76.293	58.319
5	78.315	59.864

Fuente: Pregunta N° 2, Cuadro N° 8

Elaborado: La autora

Para determinar la demanda potencial, se proyectó la población del año actual para cinco años, siendo la población de mujeres en el 2.016 de 68.715 con una tasa de crecimiento anual de 2,65%, este resultado se multiplica por el porcentaje (76%), que representa la cantidad de mujeres, que dijeron que son talla plus, dando como resultado un total de 52.223 de demanda potencial; para los siguiente cinco años de vida útil, se aplica el mismo procedimiento.

Este tipo de demanda permite determinar nuestras futuras clientes, las cuales cuentan con la principal característica para su adquisición (ser una mujer TP).

g.1.2 Demanda real

Es el volumen total de bienes y servicios requeridos para satisfacer a un mercado que realmente adquieren ese tipo de producto.

En la demanda real solo tomamos en consideración las mujeres TP que si utilizan vestidos que es de 77% (Cuadro N° 9), considerando la pregunta que dice: Qué tipo de ropa talla plus (Talla grande) utiliza usted con más frecuencia?.

Proyección de la demanda real

Cuadro N° 26

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 77%
0	52.223	40.241
1	53.607	41.307
2	55.028	42.402
3	56.486	43.525
4	57.983	44.679
5	59.520	45.863

Fuente: Pregunta N°3, Cuadro N° 9

Elaboración: La autora

Para determinar la demanda real, se consideró la demanda potencial, y se multiplico por el porcentaje (77%), que representa las mujeres que utilizan los vestidos, con frecuencia, dándonos como resultado 50.162 como demanda real , para los siguiente cinco años de vida útil, se aplica el mismo procedimiento. Esta demanda nos permite conocer, la cantidad o número de mujeres, que actualmente utilizan productos, similares al que se pretende crear, en la ciudad de Loja.

g.1.3 Demanda efectiva

Esta demanda está constituida por la cantidad de bienes y servicios que a base de los resultados están dispuestos a adquirir el producto.

Para determinar la demanda efectiva se toma en cuenta a las mujeres TP, que estarían dispuestas a adquirir el producto, teniendo un porcentaje de 91% (Cuadro N° 18), considerando la pregunta que dice: ¿En caso de crear una empresa dedicada a la confección de vestidos tallas plus (Tallas grandes) en la ciudad de Loja estaría dispuesto a adquirirlos?

Proyección de la demanda efectiva

Cuadro N° 27

AÑO	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA (91%)
0	40.241	36.795
1	41.307	37.770
2	42.402	38.771
3	43.525	39.799
4	44.679	40.853
5	45.863	41.936

Fuente: Pregunta N° 12, Cuadro N°18

Elaboración: La autora

Para determinar la demanda efectiva, se utilizó los resultados de la demanda real, esta se la multiplica por el porcentaje (91%), que representa a las mujeres que dijeron, que están dispuestas a comprar nuestro producto, en caso de incrementarse una empresa dedicada, a la producción exclusiva de vestidos TP, dando como primer resultado 36.795. Para los siguientes cinco años de vida útil, se aplica el mismo procedimiento.

Esta demanda la constituyen las mujeres TP que estarían dispuestas a adquirir nuestro producto en caso de implementar la empresa.

g.1.3.1 Demanda proyectada en unidades

El uso promedio por persona es de 2 vestidos talla plus anual, (Cuadro N°14), posteriormente se obtiene la demanda efectiva en unidades, multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio

Demanda proyectada en unidades

Cuadro N° 28

CONSUMO PROMEDIO	DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA EN UNIDADES
2	36.795	60.344
2	37.770	61.944
2	38.771	63.585
2	39.799	65.270
2	40.853	67.000
2	41.936	68.775

Fuente: Pregunta N°8 Cuadro N° 14

Elaboración: La autora

La demanda proyectada la obtenemos, multiplicando el consumo promedio (Promedio de vestidos que compran al año), por la demanda efectiva, esto nos

permite conocer, la cantidad de vestidos que posiblemente se pueden vender en los siguientes cinco años de vida útil de la empresa.

g.2. Análisis de la oferta

La oferta actual, es la cantidad de vestidos talla plus que se está ofreciendo en el mercado. Para la determinación de la oferta, se aplicó encuestas destinadas a los locales que venden y confeccionan vestidos en la ciudad de Loja, dando un total de 1.141 entidades, por lo que se realizaron 288 encuestas, también se consideró la venta mensual de cada local para poder determinar el total de vestidos vendidos al año.

g.2.1 Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se utilizó las ventas anuales del (Cuadro N° 21) y la tasa de crecimiento, considerando la (pregunta N°6) de los oferentes, que dice que porcentaje crecieron las ventas de vestidos talla plus este año en comparación con el año pasado. Obteniendo 7, 12%

FRECUENCIA: 43

X.F: 306

306/43 = 7,12%

Proyección de la oferta

Cuadro N° 29

Años	Ventas oferentes
0	9216
1	9872
2	10574
3	11327
4	12133
5	12996

Fuente: Pregunta N° 3, Cuadro N° 21, Cuadro N° 23

Elaborado: La autora

g.3 Demanda Insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha aquella demanda que no ha sido cubierta por el mercado y que puede ser cubierta al menos en parte por el proyecto, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Se consideró como base los datos obtenidos de la demanda efectiva en unidades proyectada y la oferta proyectada, obteniendo una demanda insatisfecha de vestidos talla plus para el primer año de 52.072 vestidos.

Demanda insatisfecha

Cuadro N° 30

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	60.344	9.216	51.128
1	61.944	9.872	52.072
2	63.585	10.574	53.011
3	65.270	11.327	53.943
4	67.000	12.133	54.867
5	68.775	12.996	55.779

Fuente: cuadro N° 28, Cuadro N°29

Elaboración: La autora

g.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING

El marketing es considerado para analizar los gustos y preferencia de los consumidores, pretendiendo conocer sus necesidades y sus deseos e influir en su comportamiento, generando una necesidad de adquirir el producto.

Para realizar el análisis del marketing mix para la empresa productora y comercializadora de vestidos para mujeres talla plus (tallas grandes), en la ciudad se analizara sus principales factores, esto con el único fin de poner a disposición del mercado el producto.

g.4.1 Factores a analizarse dentro del Marketing mix

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

g.4.1.1 Producto (vestidos para mujeres tallas plus)

Es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer las necesidades o deseos .según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización En nuestro producto La característica más importante será por su calidad, para lo cual se va a seleccionar y utilizar materia prima e insumos de alta calidad existentes en nuestro país, para de esta manera poder garantizar nuestros productos y la fidelidad de los clientes.

Imagen Nº 7



Cuadro Nº 31

Características del producto	
Características	Vestidos casuales para mujeres tallas grandes
Beneficio básico	-Uso de vestidos para mujeres tallas grandes que les gusta sentir comodidad al momento de usar ropa -variedad de precios justos
Beneficios complementarios	-costuras resistentes -estilo único que caracteriza la personalidad de cada mujer -buena calidad -variedad colores -variedad de tallas y modelos
Denominación	Vestidos casuales para mujeres ,talla plus (talla grande)
Presentación	Se mostraran en armadores de colores, con la talla visible en la parte superior, se empacará en bolsa de polipropileno.

Características físicas	-telas suaves -Telas coloridas -confección con diseños -confecciones llanas
Calidad	Seguros de calidad del producto
Servicio de pre-venta información, plazo de entrega y garantía.	-el cliente será informado sobre las características con la que cuenta el Producto -cada vestido traerá información sobre su material, talla, e indicaciones. -la entrega será inmediata. -todas las prendas contarán con un manual de cuidado y protección de la misma
Servicio de Post-Venta	Se recibirán quejas y reclamos de los clientes en atención al cliente.
Desarrollo del producto	Los diseños serán de acuerdo a la moda actual

Elaboración: La autora.

g.4.1.1.1 Logotipo

El nombre de la empresa es un factor de suma importancia, puesto que será el distintivo en mercado, por lo tanto debe ser claro fácil de recordar, el mismo llega a ser propiedad de la empresa y no podrá ser utilizado por ninguna otra entidad.

El logotipo es el nombre y las expresiones gráficas, las cuales permiten identificar al producto de forma fácil, asociando uno u otro atributo, en este caso será:

“Casa Plus XX”



Elaboración: La autora

g.4.1.2 Precio

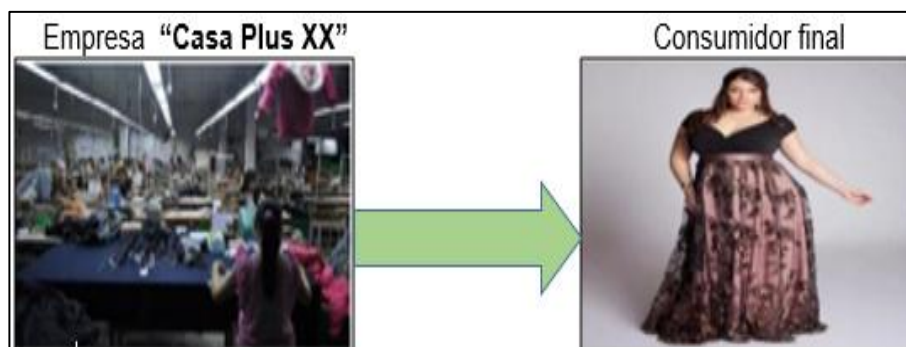
Precio es el valor monetario que se le atribuye a un bien o servicio por sus características o servicios creados para satisfacer necesidades existentes.

Para este producto el precio se fijara, a partir del estudio financiero, el cual contribuirá a los objetivos de la empresa, para lo tanto se necesita que este, cubra los costos de producción y margen de utilidad a la empresa como a los vendedores, también se tomara en cuenta la competencia en cuanto a su oferta.

g.4.1.3 Plaza

La distribución de las prendas será de forma directa, productor a consumidor final, por lo tanto su distribución se realizar desde el lugar que se encuentre ubicada la tienda.

El nuevo producto a ofrecerse es de vestidos, para mujeres TP, la empresa encargada de distribuirlo será **“CASA PLUS XX”** en la ciudad de Loja, ciudadela la inmaculada .Para su distribución adecuada y colocación en el mercado se ha optado por un canal de comercialización directa, de tal forma que la prenda pueda llagar al a las clientas, en el tiempo menor para asegurar las ventas de los mismos. A continuación el canal de distribución:



Elaboración: La autora

g.4.1.4 Promoción

La campaña de publicidad para la empresa **“Casa Plus XX”**

Se realizara tomando en cuenta el criterio de los encuestados sobre los medios de comunicación que son de su preferencia, basándose en el cuadro N° 32 donde la mayoría se informan por medio de Facebook.

Por lo tanto utilizara, y se la presentara mediante R. Sociales como Facebook, twitter y páginas virtuales.

Como medios secundarios de publicidad se entregara hojas volantes Donde costara el lugar de venta números, telefónicos, red social etc. (información que constara todos los anuncios).

También llevara un logo tipo, el cual repente lo que la empresa desee trasmitir.

**Logotipo: “Eres bella, ahora siéntete cómoda,
Tú talla tu libertad”**

g.2 Estudio técnico

El estudio técnico permitirá definir los elementos a utilizarse, requerimientos tangibles e intangibles, al principio y al final del proceso de producción, con el objetivo de cubrir la demanda insatisfecha existente, teniendo como base los usuarios conocidos mediante el estudio de mercado, de esta forma también cumplir con los objetivos institucionales.

Para la realización del estudio técnico emplearemos los siguientes estudios:

- Tamaño o Localización del proyecto.
- Ingeniería del proyecto.
- Estructura organizacional

g.2.1 Localización de la empresa

El objeto de este estudio técnico, es definir un tamaño óptimo de la empresa, obedeciendo las necesidades del mercado, entrando así a un nuevo campo competitivo, obteniendo la información necesaria que permita cuantificar el monto de las inversiones, costos de producción y operación.

g.2.1.1 Factores de la localización

a. Factores de localización

El tomar en cuenta los factores de localización donde residirá la planta, es de suma importancia, puesto que debe ser un lugar estratégico, ya que esta influye sobre los costos operativos ,los diseños de producción ,para tomar la decisión correcta ,se toma en cuenta los siguientes elementos :

b. Transporte

El transporte es indispensable dentro de la organización tanto para el traslado de materias primas o el producto terminado, por lo tanto el lugar de funcionamiento debe tener acceso a los medio de transporte.

c. Servicios básicos

La empresa debe contar con los servicios básicos (agua, luz, alcantarillado y teléfono) para un buen funcionamiento, esto permite que se realice el proceso de producción sin inconvenientes.

d. Recursos

Toda empresa requiere diferentes recursos entre ellos están: Talento humano, material económico y técnico, para desarrollarse de manera normal.

e. Materia prima

Es conveniente que la materia prima a utilizarse sea de fácil adquisición de buena calidad.

f. Mano de obra

La mano de obra directa o indirecta, debe estar conformada por el número de personas necesarias para cumplir con los objetivos de producción y objetivos de la empresa, estos deben estar calificados y tener experiencia en el puesto que debe desempeña

g.2.1.2 Macro localización

Se refiere a la ubicación geográfica a nivel de provincia, cantón y ciudad. La macro localización del proyecto se encontrara en la provincia de Loja, cantón Loja.

Imagen N° 8



Elaboración: La autora

g.2.1.2 Micro Localización

La ubicación exacta de la planta, calles y referencias que permita encontrar el lugar, la cual se la determina tomando en cuenta diversos factores que permitan la disminución de costos.

Ubicación exacta es en ciudad de Loja, ciudadela la inmaculada Avenida Salvador Bustamante Cele y Francisco Rodas, esquina.

Imagen N° 9



Elaboración: La autora

Ciudadela la inmaculada

Imagen N° 10



Elaboración: La autora

Calles

Imagen N° 11



Elaboración: La autora

g.2.2 Tamaño

El tamaño se hace con relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante los 5 años de vida útil de su periodo de funcionamiento, esto se refiere a la capacidad instalada en donde se mide las unidades producidas por año.

En el estudio técnico se determinara la capacidad instalada y la capacidad utilizada del proyecto tomando como referencia la demanda efectiva obtenida en el estudio de mercado realizado anteriormente.

Para determinar el tamaño de la planta se debe considerar aspectos importantes

como son:

Capacidad Instalada

Capacidad Utilizada

- ✓ Plan de producción
- ✓ Proceso de producción
- ✓ Descripción de la materia prima
- ✓ Localización de la planta
- ✓ Requerimiento de la mano de obra

g.2.2.1 Capacidad instalada y utilizada

g.2.2.1.1 Capacidad instalada

HORAS		UNIDADES
8		24
24	$24 \times 24 / 8 =$	72
5 días	$5 \times 72 =$	360
52		
semanas	$360 \times 52 =$	18.720

La empresa 'CASA PLUA XX', Se estima que la capacidad máxima instalada de 18.720 Vestidos TP al año y frente a la demanda insatisfecha de 51.128 Vestidos TP;

Cuadro N° 32

AÑOS	DEMANDA EXISTENTE	CAPACIDAD INSTALADA
1	51.128	18.720
2	51.437	18.720
3	51.608	18.720
4	51.616	18.720
5	51.434	18.720

Fuente: Cuadro N° 30

Elaboración: La autora

g.2.2.1.2 Capacidad utilizada

Se estima una producción de 24 Vestidos TP diarios, a la semana 120 Vestidos TP, y para la producción anual se realiza el siguiente cálculo: 120 Vestidos TP multiplicamos por las 52 semanas que tiene el año y obtenemos como resultado la producción de 4.992 Vestidos TP. Esta producción se mantendrá constante.

Capacidad utilizada

HORAS		UNIDADAES
8		24
5 DIAS (8)	=	120
52		
semanas		
52	=	6240

Elaboración: La autora

Cuadro N° 33

CAPACIDAD UTILIZADA (PROCESO)				CAPACIDAD INSTALADA (MAQUINARIA)		
Año	Unidades producidas	Utilización capacidad	Capacidad utilizada	Año	Unidades producidas	Capacidad instalada
1	6.240	80%	4.992	1	99.840	79.872
2	6.240	80%	4.992	2	99.840	79.872
3	6.240	80%	4.992	3	99.840	79.872
4	6.240	80%	4.992	4	99.840	79.872
5	6.240	80%	4.992	5	99.840	79.872

Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: La autora

g.2.2.2 Participación en el mercado

$$\text{Participación en el mercado} = \frac{\text{Capacidad utipizada}}{\text{Demanda existente}} * 100$$

En este cuadro se indica la participación que tendrá la empresa en el mercado, la misma que cubrirá el 12,76 % en el primer año y el último año 9,71% de la demanda insatisfecha. La participación en el mercado está determinada para los 5 años de vida útil del proyecto.

Participación en el mercado

Cuadro N° 34

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE
1	6.240	51.128	12,20%
2	6.240	51.437	12,13%
3	6.240	51.608	12,09%
4	6.240	51.616	12,09%
5	6.240	51.434	12,13%

Fuente: Cuadro N° 30, 33

Elaboración: La autora

g.2.2.3 Maquinaria y equipo

g.2.2.3.1 descripción de la maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo se utilizara para la elaboración de los Vestidos TP, serán adquiridos en la ciudad de Loja cual, no será necesario importarlas puesto que se las adquirirá en el mercado local.

Cuadro N° 35

Maquina recta	2
Maquina Overlock	2
Riveteadora	2
Elasticadora	1
Cortadora recta	1
Cortadora circular	1
Hojaladora	1
Plancha industrial	1

Elaboración: La autora

Maquina recta

Imagen N° 12



Elaboración: La autora

Máquina de costura recta de 29 funciones de costura, de máxima velocidad 1000 ppm, y un ancho de puntada de 7mm, de enhebrado rápido. Serán necesarias 2.

Maquina Overlock

Imagen Nº 13



Elaboración: La autora

Máquina de costura Overlock de una y dos agujas con puntada de seguridad para materiales delicados a medianos.

Ribeteadora

Imagen Nº 14

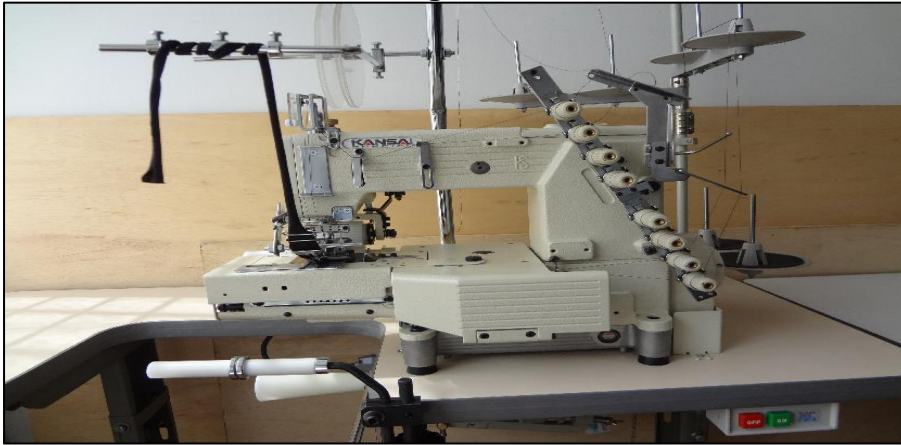


Elaboración: La autora

Máquina ribeteadora triple arrastre con brazo cilíndrico ideal para el trabajo en orillas o ribetes de bolsos, carteras y marroquinería en general. Trabaja con boquillas de ribetes de distintas medidas (opcionales y a elección), se la puede adaptar para trabajos de costura únicamente (sin boquillas) y transformarla en marroquinera, con solo adquirir algunos accesorios.

Lasticadora

Imagen Nº 15



Elaboración: La autora

Máquina para confeccionar en tejido de punto (remeras, calzas, deportivo, friza, polar, etc), otorga las terminaciones en cuellos, mangas y cintura.

- Collareta 5 hilos tanque
- Regulación largo de puntada por leva
- Enfriador de agujas
- Siliconador de hilos
- Motor ½ HP, 2850 RPM
- 5000 PPM

Cortadora recta

Imagen Nº 16



Elaboración: La autora

Cortadora de tela circular para baja escala de tejido de algodón, tricot, panal y otros.

Cortadora circular

Imagen Nº 17



Elaboración: La autora

Esta máquina realiza la operación de corte de la tela. La máquina consta de un disco de 4 a 20cm de diámetro que al girar realiza el corte, con esta máquina se pueden cortar pliegos de tela con anchuras de hasta el 40% del diámetro del disco; máquina de cuchilla recta, es la máquina más popular en los cuartos de corte, consta de una cuchilla recta que efectúa el corte, usada correctamente es versátil y exacta; máquina cortadora de banda, esta máquina permite cortes de gran exactitud por lo delgado de la banda, finalmente se tienen los mecanismos asistidos por computadora que constituyen las innovaciones últimas en términos de corte.

Hojaladora

Imagen Nº 18



Elaboración: La autora

La máquina ojaladora con doble pespunte electrónico está especialmente diseñada para la costura de ropa para trabajo pesado.

Plancha industrial

Imagen N° 19



Elaboración: La autora

Las planchas industriales son objetos que permiten dar un terminado de calidad en las prendas confeccionadas.

g.2.3 Proceso Productivo De Vestidos Para Mujeres Tallas Plus (Tallas Grandes).

1.- Recepción de materia prima e insumos:

Se selecciona la materia prima necesaria para la producción diaria, solicitada por el por el departamento de producción necesaria para cumplir con los objetos de la empresa

2.- Corte:

De acuerdo a los modelos establecidos, se corta la tela para la confección de la producción diaria (24 vestidos TP) ocupando la cortadora circular y vertical

3.- Recopilación de insumos:

Se reúne los insumos que servirán para la unión de las prendas.

4.- Cocido:

Al cumplirse los pasos anteriores, ahora se une las prendas a través del cosido utilizando las maquinas rectas, overlock, recubridiras, hojaladora y elasticadoras.

5.- Control de calidad:

Se realiza la verificación del proceso para determinar posibles fallas.

6.- Planchado:

Una vez cosido se procede a planchar las prendas.

7.- Control de calidad:

Se revisa que las prendas no hayan sufrido ningún tipo de quemado.

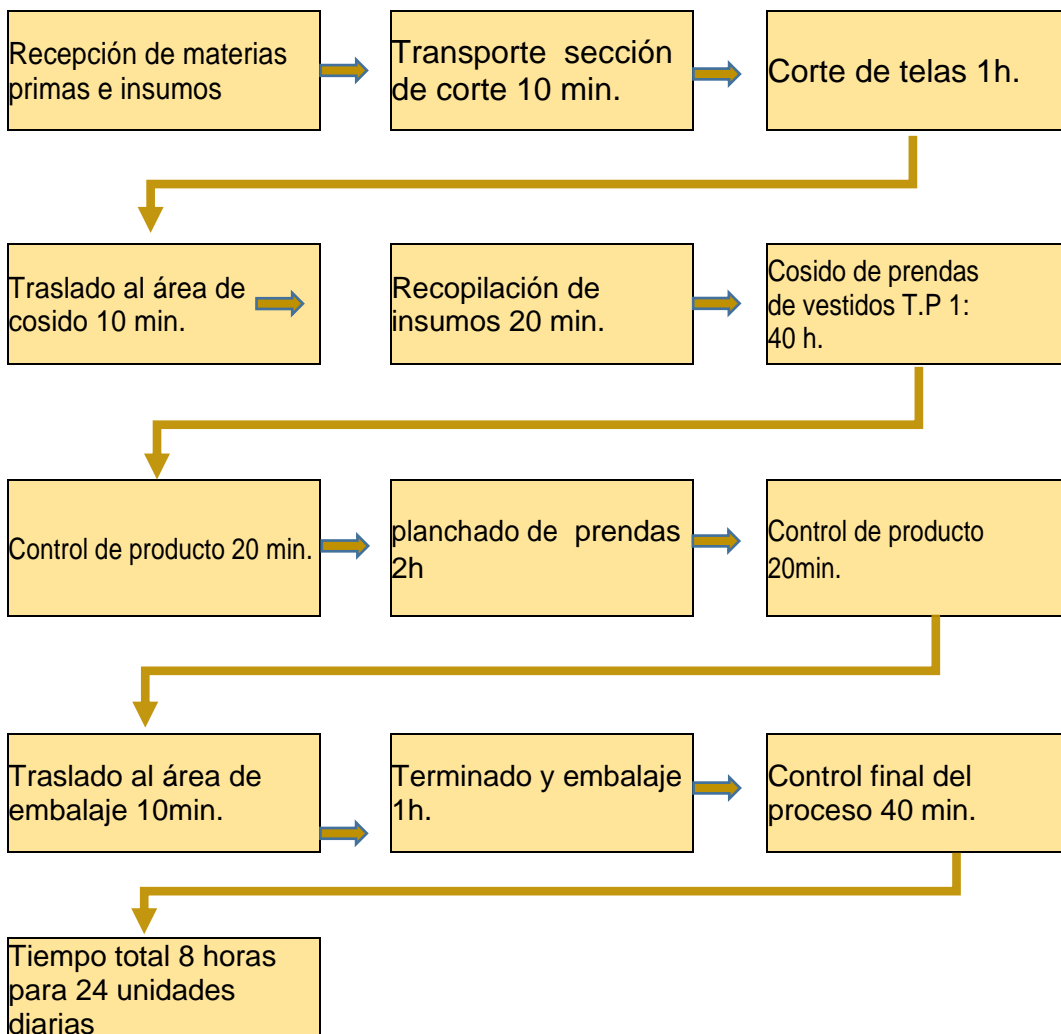
8.-Terminado y embalaje:

Colocación de etiquetas, armadores, ganchos, se enfunda, se embala y se embodega.

9.- Control final de proceso:

Se revisa que la etapa ocho se hayan realizado de manera correcta.

g.2.4 Diagrama del proceso productivo de vestidos TP



Elaboración: La autora

g.2.4.1 Recepción de materia prima e insumos:

Como primer paso se selecciona la tela y la cantidad que se va a utilizar para la confección de los vestidos TP.



2.- Corte:

De acuerdo a los modelos establecidos, se procede a cortar la tela con la cortadora circular y vertical.



3.- Recopilación de insumos:

Una vez que se ha recortado la tela, se procede a revisar que estén todos los insumos necesarios para la unión de las piezas.



4.- Cocido:

Se procede a unir las piezas utilizando la maquina recta, overlock, recubridoras, hojaladora y elasticadoras.



5.- Control de calidad:

Se revisa la prenda muy cuidadosamente, con la finalidad de ver que no se encuentre ninguna falla.



6.- Planchado:

Si los vestidos no presentan ninguna falla, se procede a plancharlos, teniendo en cuenta que la plancha este en una temperatura adecuada, para no dañar las prendas.



Control de calidad:

Se revisa nuevamente la prenda para asegurarse que la costura y la tela no se dañen con el calor de la plancha.



8.-Terminado y embalaje:

Se realiza los últimos acabados como cortara algún hilo y se procede a embalar las prendas.



Se agrega las etiquetas, armadores, ganchos, y se las enfunda, se embala y se embodega.

9.- Control final de proceso:

Como penúltimo paso se revisa que las prendas no estén mal dobladas y que el empaque este en buen estado.



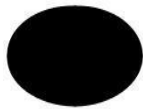
Almacenamiento:

Como último paso, se almacenas las prendas confeccionadas.



g.2.4.1 Simbología Del Flujo grama

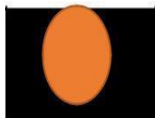
Estos símbolos ayudan a identificar las actividades dentro del proceso de producción.



Operación: Cuando se transforma un objeto, se recibe o da información o se planea.



Espera: Cuando se espera la ejecución de una actividad anterior, o que debe esperar ser realizada.



Operación e inspección: Cuando el objeto es examinado para verificar si se cumple con los estándares previamente establecidos en la elaboración de un bien y se está realizando bien la operación.



Inspección: Cuando el objeto es examinado para verificar si se cumple con los estándares previamente establecidos.



Inspección: Cuando el objeto es examinado para verificar si se cumple con los estándares previamente establecidos.



Transporte: cuando un objeto es trasladado de un lugar a otro fuera de la empresa.

g.2.4.2 Flujo de proceso de recorrido

El flujo grama de recorrido me permite localizar, mediante símbolos las actividades y los tiempos que se utilizan durante el proceso de producción.

Este proceso cubre la confeccion de las 24 unidades diarias por 8 horas.

Cuadro Nº 36

Fases	Operación	Inspección	Espera	Transporte	Almacenamiento	Funcionarios	Descripción del proceso productivo Actividades	Tiempo Minutos
1	●					Au.1 Au.2	Recepción de materia prima e insumos	10
2				→		Au.1	Transporte a la selección de corte	60
3	●					Au.1 Au.2	Corte de la tela	10
4				→		Au.1	Traslado a la sección de cosido	20
5	●					Au.2	Recopilación de insumos para cosidos	90
6	●					JP Au.1 -2-3-4	Cosido de prendas	20
7		■				JP	Control del producto	110
8	●					AU.3 -4	Planchado de vestidos TP	20
9		■				JP	Control del producto	10
10				→		Au.1	Traslado a la sección de embalaje	40
11	●					JP.A u.1-4	Termino y embalaje	40
12		■				JP	Control final del proceso	20
13					▲	Au.3 -2	Almacenamiento de producto	20
14	6	3	0	3	1	5	totales	480

Fuente: Confecciones Dianas
Elaboración: La autora

g.2.5 Distribución De La Planta

La planta está distribuida de la siguiente manera:



Cuadro Nº 36

Nº	Función	Áreas
1	Parqueadero clientes	12 metros cuadrado
2	Secretaria	4 metros cuadrados
3	Gerencia	4 metros cuadrados
4	Sala de planificaciones	5 metros cuadrados
5	Lugar de ventas	10 metros cuadrados
6	Área de etiquetado y embalaje	5 metros cuadrados
7	Área de cosido y planchado	18 metros cuadrados
8	Área de corte	15 metros cuadrados
9	Área de recepción de materia Prima	12 metros cuadrados
10	Bodega de materia prima y producto terminado	10 metros cuadrados
11	Bodega de implementos de limpieza	5 metros cuadrados
12	Baños generales	3 metros cuadrados
13	Garaje área de embarque Desembarque	12 metros cuadrado
	Total	115 metros cuadrados.

Elaboración: La autora

La distribución de la planta se la realizo tomando en cuenta los mínimos detalles, con el objetivo, no presentarse inconvenientes y de minimizar tiempo al encontrarse laborando.

g.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La filosofía de la empresa está constituida por los elementos preponderantes para construir una cultura organizacional adecuada, estos son: visión, misión, principios y valores; a partir de los cuales devienen los objetivos e ideales de la organización.”

g.3.1 VISIÓN: Llegar a ser la empresa líder de moda TP, en el mercado local en el año 2021

g.3.2 MISIÓN: Producir y comercializar vestidos TP para satisfacer a las mujeres TP, elaborando un producto de buena calidad, para abastecer en forma oportuna y eficiente a nuestros clientes.

g.3.3 Principios

Principios: “Los principios son verdades profundas y universales similares a las leyes de la física. No cambian con el tiempo, han existido y existirán siempre, son válidos para cualquier persona, en cualquier lugar y en cualquier situación. Los principios son irreducibles individualmente e integrales en su conjunto. Los principios son prácticos y pueden ser utilizados para obtener resultados positivos y útiles en el mundo real.”

- ✓ Trabajo en Equipo.
- ✓ Creatividad
- ✓ Orden y Disciplina.
- ✓ Responsabilidad Social.

g.3.4 Valores

Valores: Los valores son creencias individuales o de grupo y determinan o fomentan ciertos comportamientos o formas de pensamiento. Desde el punto de vista filosófico los valores son aspiraciones o metas de las personas. Los valores evolucionan con el paso del tiempo y de las generaciones; son relativos en su aplicación y pueden arrojar resultados positivos si se basan en los principios correctos, asimismo pueden arrojar resultados negativos si se aplican sobre principios incorrectos.”

- ✓ Honestidad.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Compromiso.
- ✓ Lealtad.
- ✓ Respeto.

g.3.5 Organización De La Empresa Legal

Aspectos Legales

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes que regulan las actividades empresariales en el Ecuador.

La empresa para el presente estudio del proyecto se enmarca como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, la misma que debe cumplir con todas las disposiciones legales para la constitución, organización y funcionamiento de este tipo de compañía.

Siguiendo las disposiciones de las diferentes Leyes y Normas Ecuatorianas, los pasos a cumplir para la creación de la empresa, en este caso es:

EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA SON:

a. Naturaleza

- ✓ Constituye un acto de creación de una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural que la constituye;
- ✓ Es constituida por una persona natural;
- ✓ La persona natural que constituye la empresa no responde por las obligaciones de ésta, ni viceversa; pues la persona natural que la constituye limita su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital destinado para ello;
- ✓ Todo objeto comprenderá una sola actividad empresarial;
- ✓ La EURL tiene siempre el carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial (Art. 7).

b. De la Personalidad Jurídica

- ✓ Es persona jurídica capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, conforme la Ley.
- ✓ Tiene absoluta independencia de la persona natural que la forma, de modo que los patrimonios de la una y la otra son autónomos y separados. Art. 2.
- ✓ El inicio como persona jurídica es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal. Art.3.

c. Constitución

c.1. Requisitos de Fondo

Capacidad.- es la persona natural que pueda ejercer el comercio, el gerente - propietario de la EURL es considerado como comerciante.

Objeto.- la actividad económica a la que se dedica, en este caso es la productora y comercializadora de vestidos para mujeres talla plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja.

Excepciones.- las estipuladas en la ley de compañías y el código legal vigentes.

c.2. Requisitos de Forma

Constituirse mediante escritura pública, otorgada por el gerente-propietario. La escritura contendrá:

- 1) El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente propietario;
- 2) La denominación específica de la empresa;
- 3) El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
- 4) El objeto a que se dedicará la empresa;
- 5) El plazo de duración de la misma;
- 6) El monto de capital asignado a la empresa por el gerente-propietario de conformidad con el artículo 1 de la ley de compañías;

- 7) La determinación del aporte del gerente-propietario;
- 8) La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma;
- 9) Y cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario quiera incluir.

- Luego del otorgamiento debe ser inscrita en el Registro Mercantil de dicho domicilio, pero está, ordenara su publicación en prensa para el sorteo legal.

- Si no existe oposición se inscribe y el inicio de existencia es a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal.

g.3.6 Organización Legal

La empresa productora y comercializadora de vestidos para mujeres talla plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja, es una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada es decir estará constituida bajo la forma de persona natural.

Persona Natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir una empresa como Persona Natural, la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa.

Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

Una empresa constituida dentro del marco legal vigente debe contar con los siguientes documentos:

1. Minuta de constitución de la empresa autorizado por un abogado colegiado;
2. Escritura pública registrada ante notario;
3. Inscripción en el Registro Mercantil de la ciudad de Loja;
4. Registro Único de Contribuyentes (RUC) a nombre de la empresa;
5. Registro Unificado de la empresa correspondiente a la Cámara de Comercio;

6. Autorización para la emisión de facturas.

REQUISITOS

Generalmente para lograr la constitución de la empresa los requisitos son los siguientes:

1. Para empresa de EURL, tres fotocopias del nombramiento del gerente-propietario de la empresa;
2. Una fotocopia de cédula de identidad y de certificado de votación vigente;
3. Indicar el monto del aporte del capital en efectivo, después de obtener la Minuta de Constitución, se hace el depósito en un banco a nombre de la empresa; luego se presenta el certificado de depósito respectivo.
4. Se debe indicar el nombre que se le quiere asignar a la empresa (**CASA PLUS XX**), verificando previamente en los registros públicos que no exista otra institución con el mismo nombre.
5. El domicilio de la empresa será en el cantón y ciudad de Loja, ciudadela la Inmaculada, calles, Av. Salvador Bustamante Celi, Francisco Rodas.
6. Las actividades que desarrollará la empresa es la confección de vestidos para mujeres talla plus (tallas grandes);
7. La minuta debe estar firmada y sellada por el gerente-propietario y autoridad competente;
8. La autorización del abogado (firma, sello y N° de colegiatura).
9. Acreditar la búsqueda del nombre en los registros públicos, de tal manera que no se tome el nombre de una empresa preexistente.

Aspectos institucionales, legales y jurídicos que se deberán realizar para el buen funcionamiento de la empresa

Dentro de los aspectos legales y jurídicos para la puesta en marcha de una empresa de confección y comercialización de vestidos para mujeres talla plus (tallas grandes), "CASA PLUS XX", se contratará un asesor jurídico que conozca muy bien los reglamentos y aspectos gubernamentales del país; y donde se pondrá en marcha el aspecto institucional para un correcto desempeño dentro de la ciudad de Loja.

Las licencias y derechos que se necesita para el inicio de las operaciones de la confección y comercialización de vestidos para mujeres talla plus (tallas grandes), “CASA PLUS XX”, en la ciudad de Loja, son los siguientes:

- ❖ Cuerpo de Bomberos.
- ❖ Municipio.
- ❖ RUC del Servicio de Rentas Internas.

g.3.7 Permisos de Funcionamiento

Los permisos de funcionamiento que se otorgan en la ciudad de Loja son esenciales para trabajar correctamente y sin ningún inconveniente. Éstos son dados por autoridades competentes; los mismos que inspeccionan y avalan el funcionamiento del establecimiento donde se realizara las actividades. Las siguientes entidades públicas, son las responsables de otorgar los permisos de funcionamiento en la ciudad:

- ❖ Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Loja
- ❖ Municipio de Loja.

Permiso de Funcionamiento de los Bomberos

Como siguiente paso se debe obtener el Permiso Funcionamiento de los Bomberos. Solicitando previamente una inspección en la que se debe cumplir con la adquisición de los extintores que serán colocados según las dimensiones del local comercial.

Este trámite debe ser renovado anualmente.

Los documentos necesarios para obtener el permiso son los siguientes:

1. Original y una copia del RUC actualizado
2. Copia de la escritura de la constitución de la empresa
3. Copia del nombramiento del representante legal de la compañía
4. Copia a color de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del representante legal de la empresa

5. Original de la compra de extintores de incendios. Estos extintores deberán ser recargados anualmente y la factura es indispensable para renovar el permiso.

Permiso Municipal de Funcionamiento

Como paso final es necesario obtener el permiso de funcionamiento del establecimiento. Este documento es emitido por el Municipio. El permiso debe ser renovado anualmente.

Los documentos necesarios para obtener el documento son:

1. Tasa única de trámite
2. Solicitud para habilitación de fábricas.
3. Copia de la cédula de ciudadanía
4. Copia del RUC
5. Copia del nombramiento del representante legal
6. Carta de autorización para la persona que realice el trámite
7. Copia de la patente del año a tramitar
8. Copia de predios urbanos
9. Croquis detallado del lugar donde está ubicado el negocio.

g.3.8 Obligaciones Tributarias

- a) **Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA).**- “Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. En una sola declaración por periodo se establece el IVA sea como agente de Retención o de Percepción.
- b) **Declaración del Impuesto a la Renta.**- La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, consignando los

valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria.”

g.3.9 Contenido De La Minuta

La escritura de constitución será legalizada por el gerente-propietario. En la escritura se expresará:

Generales de Ley.- Nombre completo del gerente-propietario, nacionalidad, estado civil, número de cédula de identidad y domicilio. En caso de ser casado, nombrar las generales de ley del (o de la) cónyuge, el mismo que interviene en la minuta.

Estatuto de la Sociedad.- Debe constar la siguiente información:

- a) Denominación, objetivo social, duración y domicilio;
- b) Capital social.;
- c) Órganos de la EURL

Dentro de los aspectos del Acta Constitutiva, es importante destacar los siguientes puntos:

a) Razón Social

La razón social debe ir seguida de las Iniciales del nombre y apellido por lo menos del gerente-propietario “R. A.” y la especificación seguida de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, de acuerdo a la Ley de compañías, la Razón Social de la Empresa es “CASA PLUS XX” EURL.

b) Objeto Social

El objeto social de la Compañía, es la confección de vestidos para mujeres talla plus, (tallas grandes).

c) Plazo de Duración

La empresa tendrá un plazo de duración de 5 años de vida útil desde el momento de su constitución.

g.3.10 Acta De Constitución

Señor Notario

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo sírvase insertar una empresa de constitución Unipersonal de Responsabilidad Limitada, al tenor de las clausulas siguientes:

PRIMERA: COMPARECIENTES: intervienen en la celebración de este contrato, la señorita: Maura Jhoselyn Cuenca Carrión, de veinte y cuatro años de edad, soltero, con cedula de ciudadanía número 1104969140, la compareciente manifiesta ser ecuatoriana, domiciliada en la ciudad de Loja, declara su voluntad de constituir, como en efecto constituye, la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada “**CASA PLUS XX**” E.U.R.L., misma que se registrá por las leyes ecuatorianas, de manera en especial por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA: ESTATUTOS DE “CASA PLUS XX” E.U.R.L.

ART.1.- Constituyese en la ciudad de Loja, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja, Republica de Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la empresa unipersonal de responsabilidad limitada “CASA PLUS XX” E.U.R.L.

ART.2. La empresa inicia sus actividades con un capital propio.

ART.3.- La empresa tiene por objeto la confección y comercialización de vestidos para mujer talla plus, cuenta con personal capacitado satisfaciendo las necesidades de nuestros usuarios y su mercadeo se realizará en la Ciudad de Loja. Logrando ser competitivos y cubriendo a nivel local el mercado. Estar siempre presente en la mente de la población ofrecer un producto de calidad.

ART.4.- La empresa podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ART.5.- El plazo de duración del contrato social de la empresa es de 5 años, a contarse de la fecha de Inscripción en el registro Mercantil del domicilio principal de la compañía. Puede prorrogarse por resoluciones.

TERCERO: DESARROLLO DE LA ASAMBLEA

ART.6. Administración. La administración de la sociedad corresponde por derecho al socio, la misma que fusionara como gerente, con facultades para representar a la sociedad, por ende la Srta. Maura Jhoselyn Cuenca Carrión, será encargada de la gerencia general de la Empresa.

ART.7.- Se designó que la Srta. Maura Cuenca, fusionara como Gerente General de la Empresa por ser la única dueña.

Son deberes y atribuciones del Gerente:

- Representar legalmente a la empresa, conducir la gestión de negocios y la marcha administrativa de la compañía.
- Dirigir la gestión económica financiera de la empresa
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la empresa.
- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos

ART.8. Inventarios y Balances. Cada año se cortaran las cuentas, se hará un inventario y se formara el balance de las actividades empresariales.

ATENTAMENTE:

El Abogado.-

g.3.11 Estructura empresarial interna

La empresa “CASA PLUS XX E.U.R.L.” Contará con los siguientes niveles administrativos.

Para el correcto funcionamiento y puesta en marcha la empresa estará conformada por los cinco niveles jerárquicos:

g.3.11.1 Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el gerente el cual será nombrado por el nivel legislativo – directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

g.3.11.2 Nivel Asesor

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar decisiones, que merece un trato especial como es el caso por ejemplo las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.

g.3.11.3 Nivel Auxiliar

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

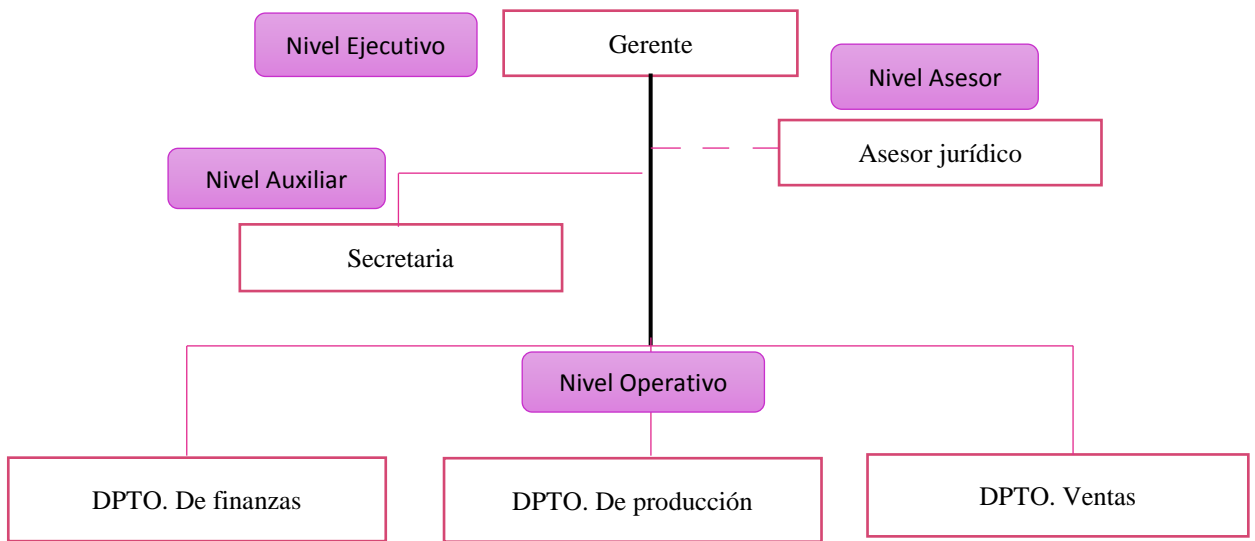
g.3.11.4 Nivel Operativo

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo

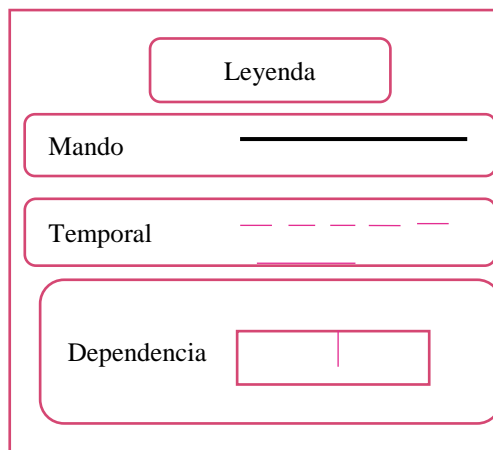
Organigrama estructural.- este organigrama tiene forma de pirámide, en donde la parte superior representa la máxima autoridad, quien regirá a los niveles inferiores.

La empresa “CASA PLUS XX E.U.R.L.” Están representados de la siguiente manera:

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA DE
CONFECCIONES “CASA PLUS XX E.U.R.L.”**

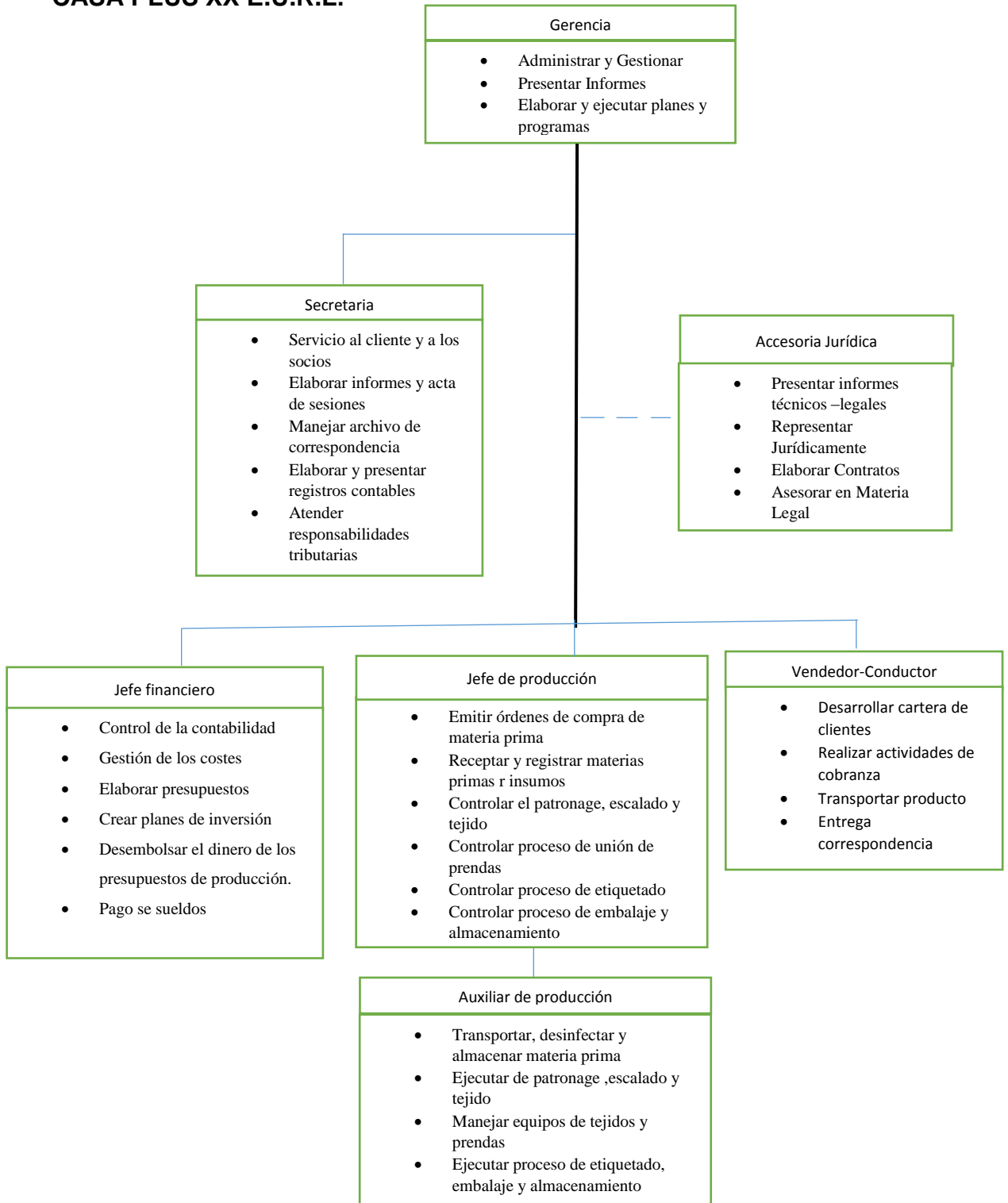


Elaboración: la autora.



Organigrama funcional.- Consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por la más importante y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

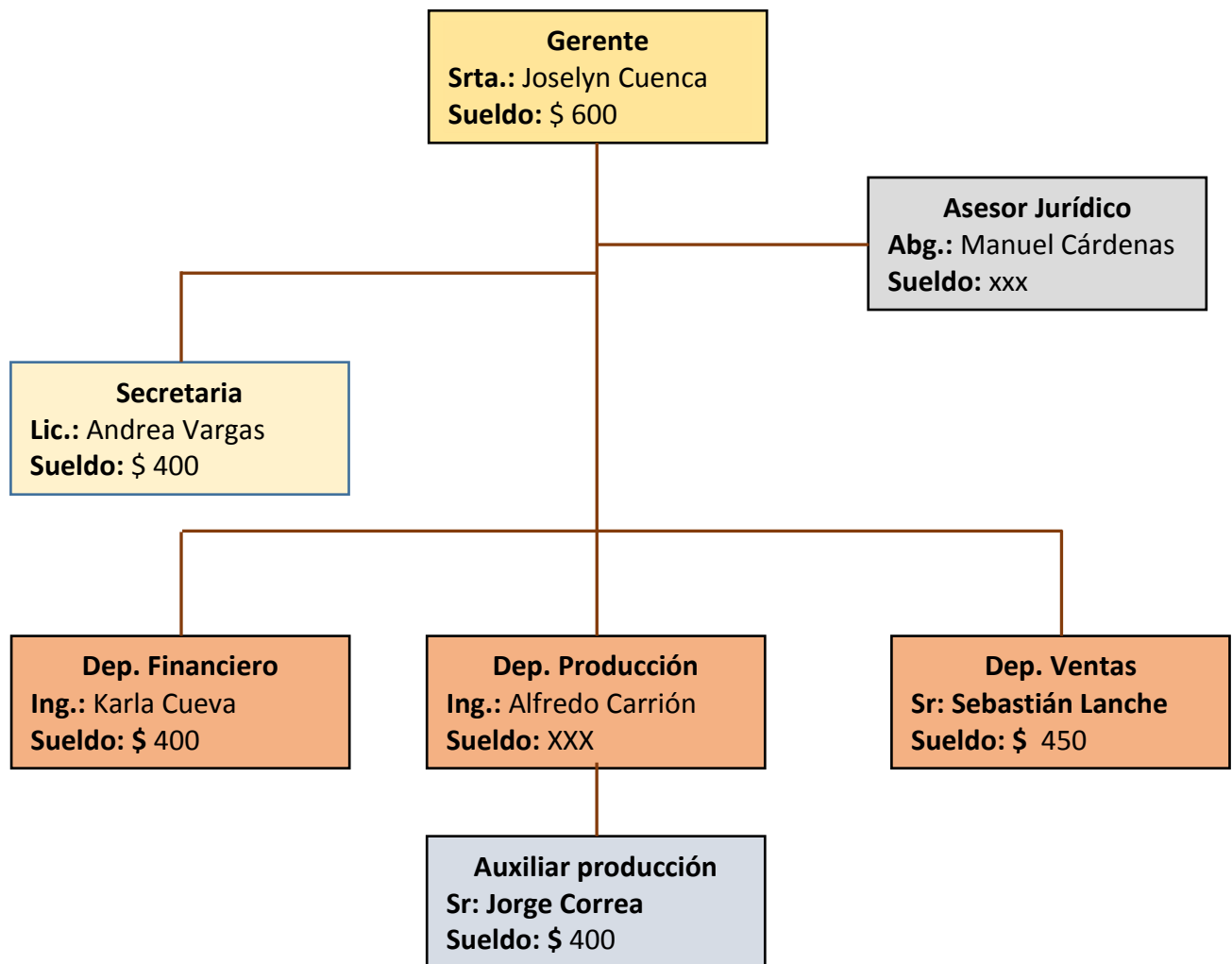
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA DE CONFECCIONES “CASA PLUS XX E.U.R.L.”



Elaboración: la autora.

Organigrama Posicional.- En este organigrama se detallan aspectos como: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que reciben.

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA DE CONFECCIONES
“CASA PLUS XX E.U.R.L.”**



Elaboración: La autora

g.3.12 Manual De Funciones

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

- ❖ Relación de dependencia (Ubicación interna)
- ❖ Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- ❖ Naturaleza del trabajo
- ❖ Tareas principales, tareas secundarias.
- ❖ Responsabilidades
- ❖ Requerimientos para el puesto

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma apropiada su trabajo. El manual que se expondrá a continuación abarca la descripción de cada uno de los cargos que se necesitan para el adecuado funcionamiento de la empresa “CASA PLUS XX E.U.R.L.”, que confecciona vestidos para mujeres talla plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja.

El manual de fusiones permite que las personas a ocupar un puesto o cargo se informen de las actividades principales a desarrollarse.

Manual de funciones “Casa Plus XX de la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada.”

Manual De Funciones



“CASA PLUS XX E. U. R.L.”	
Código	01
NOMBRE DEL PUESTO:	GERENTE
NIVEL JERARQUICO:	Ejecutivo
SUBALTERNOS:	Todo el personal que trabaje en la empresa.
NATURALEZA DEL TRABAJO	
Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa para lograr los objetivos propuestos.	
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none">➤ Liderar el proceso de planeación estratégica de la empresa, determinando los factores críticos de éxito.➤ Dar instrucciones sobre el desarrollo de los cargos de la Empresa.➤ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.➤ Hacer cumplir las normas de seguridad e higiene en el trabajo.	
REQUERIMIENTOS MINIMOS	
<ul style="list-style-type: none">❖ Educación: Título Ing. En administración de empresas,❖ Experiencia comprobada en cargos similares. mínima de (2) años.❖ Edad: 25 a 45 años	

Elaboración: La autora.

Manual De Funciones



“CASA PLUS XX E. U. R.L.”

Código	02
DEPARTAMENTO:	Administración General
TITULO DEL PUESTO:	Secretaria – Contadora
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente General
Naturaleza del Trabajo: Realizar labores de secretaría y contabilidad así como también de asistencia directa al gerente de la empresa.	
Funciones principales: <ul style="list-style-type: none">✓ Atender al público y a los socios de manera ágil y amable✓ Mantener archivos de la documentación enviada y recibida✓ Atender la correspondencia, manejándola con diplomacia y eficiencia✓ Elaborar informes y actas de sesiones✓ Elaborar y presentar registros contables✓ Depositar diariamente valores recaudados	
Requisitos: Educación: Título de Tercer Nivel en Secretariado Ejecutivo Experiencia: un año en funciones afines Cursos: Cursos de relaciones humanas.	

Elaboración: La autora.

Manual De Funciones



“CASA PLUS XX E. U. R.L.”

Código**03**

DEPARTAMENTO:

Administración General

TÍTULO DEL PUESTO:

Asesor Jurídico

SUPERIOR INMEDIATO:

Gerente General

Naturaleza del Trabajo:

Asesorar en todos los asuntos jurídicos a la empresa.

Funciones principales:

- ✓ Elaborar y presentar informes técnicos – legales
- ✓ Representar jurídicamente a la empresa
- ✓ Elaborar contratos
- ✓ Asesorar jurídicamente a la empresa

Requisitos:**Educación:** Título de Tercer Nivel, Abogado.**Experiencia:** Dos años en funciones afines**Adicional:** Cursos de relaciones humanas y mediación de conflictos.**Elaboración:** La autora.

Manual De Funciones



“CASA PLUS XX E. U. R.L.”

Código**04**

DEPARTAMENTO:

Administración General

TITULO DEL PUESTO:

Jefe De Producción

SUPERIOR INMEDIATO:

Gerente General

Naturaleza del Trabajo:

Responsable de controlar los procesos de producción.

Funciones principales:

- ✓ Emitir las órdenes de compra de insumos y materia prima para la confección de vestidos.
- ✓ Elaborar semanalmente inventarios de materia prima e insumos
- ✓ Controlar que la producción se realice bajo estrictas normas de higiene y seguridad.
- ✓ Elaborar los manuales de buenas prácticas de producción
- ✓ Verificar y controlar la calidad del producto resultante de la operación de la maquinaria.
- ✓ Distribuir el trabajo de auxiliares de producción

Requisitos:**Educación:** Titulo de Tercer Nivel en Ingeniería Industrial**Experiencia:** un año en funciones afines**Adicional:** Cursos de relaciones humanas**Elaboración:** La autora.

Manual De Funciones



“CASA PLUS XX E. U. R.L.”

Código	05
DEPARTAMENTO:	Producción
TITULO DEL PUESTO:	Auxiliares De Producción
SUPERIOR INMEDIATO:	Jefe De Producción
Naturaleza del Trabajo: Ejecutar los procesos de producción, mantenimiento y servicio de producto dentro y fuera de la empresa.	
Funciones principales: <ul style="list-style-type: none">✓ Apoyar actividades de compra de materia prima e Insumos✓ Transportar, desinfectar y almacenar materia prima e insumos✓ Patrocinar y escalar la materia prima✓ Ejecutar los procesos de confección de vestidos✓ Etiquetar, embalar y almacenar el producto terminado✓ Apoyar actividades de transporte y entrega de producto✓ Responder por el buen uso de los equipos asignados para su Operación	
Requisitos: Educación: Título de Bachiller Experiencia: Un años en funciones afines	

Elaboración: La autora.

Manual De Funciones



“CASA PLUS XX E. U. R.L.”	
Código	06
DEPARTAMENTO:	Administración General
TITULO DEL PUESTO:	Vendedor - Conductor
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente General
Naturaleza del Trabajo: Realizar entregas a clientes que compren, en alguna de nuestras redes sociales.	
Funciones principales: <ul style="list-style-type: none">✓ Desarrollar una cartera de clientes✓ Cumplir con las metas de ventas establecidas por la Gerencia✓ Transportar materia prima, insumos y producto terminado✓ Entregar correspondencia✓ Velar por la seguridad y mantenimiento del vehículo y equipos que vayan al interior del mismo	
Requisitos: Educación: - Bachiller - Chofer profesional Experiencia: Un año en funciones afines Adicional: Talleres Marketing y Ventas	

Elaboración: La autora.

g.4 ESTUDIO FINANCIERO

Estudia la inversión que queremos hacer si va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas.

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (Estudio Técnico y de Mercado) y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica

g.4.1 Inversiones y financiamiento

Se entiende como inversión inicial a la cantidad que se necesita para poner en marcha el funcionamiento de la planta.

Las inversiones de un proyecto se define como los costos necesarios para emprender, implementar o mejorar mediante la adquisición de activos como son: Activos Fijos, Activos Diferidos, y Capital de Trabajo; los mismos que serán necesarios para las operaciones de la empresa.

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

- Activos fijos
- Activos diferido
- Capital de trabajo

g.4.1.1 Inversiones de activos fijos

Los activos fijos son aquellos que se mantienen durante más de un año y se utiliza para llevar a cabo la actividad de la empresa. Se componen por los bienes que posee la empresa, los mismos que son indispensables para la realización del proceso productivo.

La estructura de las inversiones en activos fijos, para la empresa '**CASA PLUS**
XX', está compuesta por:

g.4.1.1.1 Activos Fijos

Se conoce como activos fijos a los bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc.

Maquinaria y Equipo: Agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo

Maquinaria Y Equipo

Cuadro Nº 38

Descripción	No	Valor Unitario	Valor Total
Máquina de costura recta de 29 funciones	2	1.200	2.400
Maquina overlok de 4 hilos	2	1.200	2.400
Maquina ribeteadora	2	1.200	2.400
Maquila elasticadora	1	1.800	1.800
Cortadora recta de 13 pulgadas	1	600	600
Cortadora circular	1	600	600
Hojaladora-botonera	1	200	200
Plancha industrial	1	1.800	1.800
Total			12.200

Fuente: empresa distribuidora de Loja

Elaboración: La autora

Depreciación de Maquinaria Y Equipo

Cuadro Nº 39

VIDA UTIL	10	DEPRECIACIÓN		
AÑOS	Valor actual	Valor residual	Depreciación	Valor actual
0	12200	1220	1220	10980
1	10980	1098	1220	9760
2	9760	976	1220	8540
3	8540	854	1220	7320
4	7320	732	1220	6100
5	6100	610	1220	4880
6	4880	488	1220	3660
7	3660	366	1220	2440
8	2440	244	1220	1220
9	1220	122	1220	0

Fuente: Cuadro Nº 38

Elaboración: La autora

Herramientas: Corresponde todo los implementos necesarios y complementarios para la realización adecuada del proceso productivo; los mismos que a continuación detallaremos.

Herramientas

Cuadro N° 40

Descripción	N°	Valor Unitario	Valor Total
Canastillas plásticas	8	25	200
Mangueras de 100 metros para aire comprimido	1	100	100
Porta conos de hilo	20	11	220
Pistolas de aire	4	21	84
Total			604

Fuente: empresa distribuidora de Loja

Elaboración: La autora

Depreciación:

Se considera depreciación a la disminución del valor de un bien.

Depreciación de Herramientas

Cuadro N° 41

Vida Útil	3	Depreciación		
Años	Valor Actual	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
0	604	201,33	201	402,67
1	402,67	134,22	201	202
2	201,53	67,18	201	0

Fuente: Cuadro N° 40

Elaboración: La autora

Vehículo: son los requerimientos para el abastecimiento del sistema productivo, entrega del producto a los clientes y ocasionalmente para la administración.

Vehículo

Cuadro N° 42

Descripción	No	Valor Unitario	Valor Total
Furgoneta De compartimientos	1	12.240	12.240
Total			12.240

Fuente: Mercado libre Ecuador

Elaboración: La autora

Depreciación del Vehículo

Cuadro N° 43

Vida Útil	10	Depreciación		
Años	Valor Actual	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
0	12.240	1.224	1224	11.016
1	11.016	1.101,6	1224	9.792
2	9.792	979,2	1224	8.568
3	8.568	856,8	1224	7.344
4	7.344	734,4	1224	6.120
5	6.120	612	1224	4.896
6	4.896	489,6	1224	3.672
7	3.672	367,2	1224	2.448
8	2.448	244,8	1224	1.224
9	1.224	122,4	1224	0

Fuente: Cuadro N° 42

Elaboración: La autora

Muebles y Enseres: comprende todo los bienes que se necesitan para la adecuación de la oficina.

Muebles y Enseres

Cuadro N° 44

Descripción	No	Valor Unitario	Valor Total
Estanterías	5	115	575
Mesas de trabajo	2	210	420
Basureros	5	30	150
Coche metálico con plataforma	4	100	400
Total			1545

Fuente: empresa distribuidora de Loja

Elaboración: La autora

Depreciación Muebles y Enseres

Cuadro N° 45

Vida Útil	5	Depreciación		
Años	Valor Actual	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
0	914	182,8	182,8	731,2
1	731,2	146,24	182,8	548,4
2	548,4	109,68	182,8	365,6
3	365,6	73,12	182,8	182,8
4	182,8	36,56	182,8	0

Fuente: Cuadro N° 44

Elaboración: La autora

Muebles de Oficina: Estos son objetos necesarios dentro de la oficina, para realizar las actividades diarias.

Muebles De Oficina

Cuadro N° 46

Descripción	No	Valor Unitario	Valor Total
Silla plásticas tipo despacho	15	22	330
Archivadores	1	90	90
Mesa de reuniones	1	150	150
Basurero	4	10	40
teléfono fax	1	182	182
Calculadora	2	46	92
reloj de pared	3	10	30
Total			914

Fuente: Empresa distribuidora de Loja

Elaboración: La autora

Equipo de Cómputo: Dentro este robro la empresa adquirirá i computadora completa de escritorio para un mejor desenvolvimiento de las actividades dentro de la empresa, los cuales fuero cotizados en los almacenes de la ciudad de Loja.

Equipo De Computación

Cuadro N° 47

Descripción	No	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	2	700	1400
impresora	1	200	200
Total			1600

Fuente: Empresa distribuidora de Loja

Elaboración: La autora

Depreciación Equipo de Computación

Cuadro N° 48

Vida Útil	3	Depreciación		
Años	Valor Actual	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
0	1.600	533,33	533	1.066,67
1	1066,66	356	533	533
2	533,38	178	533	0

Fuente: Cuadro N° 47

Elaboración: La autora

Reinversión Equipo de computación

Cuadro Nº 49

Descripción	No	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	2	700	1400
Impresora	1	200	200
Total			1600

Fuente: Empresas distribuidoras de Loja

Elaboración: La autora

Depreciación Reinversión Equipo de computación

Cuadro Nº 50

Vida Útil	3	Depreciación		
Años	Valor Actual	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
0	1.600	533,33	533	1.066,66
1	1066,66	356	533	533
2	533,38	178	533	0

Fuente: Cuadro Nº 49

Elaboración: La autora

Equipo De Seguridad E Higiene

Es un conjunto de elementos que permiten al trabajador estar seguro y fuera de peligro, de tal forma que puedan desarrollar la actividad laboral eficientemente.

Equipo De Seguridad E Higiene

Cuadro Nº 51

Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
mandiles	4	25	100
guantes caucho cortos 7"	8	3	24
Extintor Incendio 5 lbs	8	40	320
Recarga CO2	8	25	200
Tapones Ruido	20	0,4	8
TOTAL			652

Fuente: Empresa Distribuidora de Loja

Elaboración: La autora

g.4.1.1.1 Depreciación De Los Activos Fijos

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

Depreciación De Los Activos Fijos

Cuadro N° 52

Descripción	Valor	Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Vehículo	12.240	10%	1224	10	1.101,6
Maquinaria y Equipo	12.200	10%	1220	10	1098
Herramientas	604	33,33%	201,33	3	134,22
Muebles y Enseres	1.545	20%	182,8	5	272,44
Equipo de computo	1.600	33,33%	533,33	3	355,55
Reinversión Equipo de computación	1.600	33,33%		3	533,33
TOTAL			3361,46		3495,15

Elaboración: La autora

Cuadro De Resumen De Los Activos Fijos

En el siguiente cuadro se muestran todos los activos fijos con sus precios correspondientes.

Cuadro De Resumen De Los Activos Fijos

Cuadro N° 53

Activos	Valor Total
Vehículo	12.240
Maquinaria y Equipo	12.200
Herramientas	604
Muebles y Enseres	1.545
Equipo de Oficina	1.600
Reinversión Equipo de Oficina	1.600
Equipo de Seguridad e Higiene	652
5 % IMPREVISTOS	1.522,05
TOTAL	31.963,05

Fuente: Cuadros N° 52

Elaboración: La autora

g.4.1.1.2 Activos Diferidos

Los activos diferidos son aquellos gastos que se realizarán sobre activos constituidos por los servicios derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto como; estudio e investigación del proyecto, gastos de constitución, permiso de funcionamiento, y patente que garantizan el normal funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 54

Activos Diferidos	Valor Total
Elaboración del proyecto	250
Permisos y patentes	2000
Instalaciones y adecuaciones	1200
imprevistos 5%	172,5
Total	3622,5

Fuente: Bomberos, Municipio y SRI Loja.

Elaboración: La autora

Amortización

La amortización es la acción que consiste en distribuir el costo de un bien en determinados periodos, en tal forma que la suma de las amortizaciones parciales sea igual al costo del bien al final del periodo.

Amortización “**CASA PLUS XX**” Unipersonal.

Amortización Activos Diferidos

Cuadro N° 55

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortización Anual
ACTIVOS DIFERIDOS	5	3622,5	724,5

Fuente: Cuadro N° 54

Elaboración: La autora

g.4.1.1.3 Capital De Trabajo(O Activo Circulante)

El Capital de trabajo está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa, es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Este activo está constituido por los valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.

Presupuesto De Producción

Materia Prima Directa: se considera el capital en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario un tiempo máximo de un mes, esto garantizara la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación.

Materia Prima Directa necesaria

Cuadro N° 56

Descripción	Unidad	Cantidad De Producción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Telas de vestido	metros	72	3	216	2592
Botones pequeños	Unidad	960	0,5	480	5760
Cuelleras	Unidad	240	0,12	28,8	345,6
hilos	Kilo	100	2,2	220	2640
Total				945	11337,6

Fuente: Empresas Distribuidoras de Loja

Elaboración: La autora

Proyección Materia Prima Directa

Se proyecta la materia prima para tener una referencia del aumentó de su incremento en los años de vida útil de la empresa.

Proyección Materia Prima Directa

Cuadro N° 57

Años	Valor Total
1	11.338
2	11.780
3	12.239
4	12.717
5	13.212

Fuente: Cuadro N° 56

Elaboración: La autora

Materia Prima Indirecta: Son los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

Materia Prima Indirecta

Cuadro N° 58

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
FUNDAS PLASTICAS	PACA	600	0,02	12	144
TOTAL				12	144

Fuente: Empresas distribuidoras de Loja

Elaboración: La autora

Proyección Materia Prima Indirecta

Cuadro N° 59

Años	Valor Total
1	144
2	150
3	155
4	162
5	168

Fuente: Cuadro N° 58

Elaboración: La autora

Mano De Obra Directa: La mano de obra directa es aquella que interviene personalmente en la elaboración del producto mediante su esfuerzo físico, con el objetivo de transformar la materia prima en partes específicas o artículos terminados, utilizados sus habilidades experiencias y conocimientos con la ayuda de la maquinas, y herramientas dispuestas para el efecto.

Para determinar el costo de mano de obra directa es necesario realizar roles de pago, el mismo que constará de los beneficios de ley como décimo tercero, décimo cuarto, también consta las aportaciones que se deben realizar Aporte al IECE y el SECAP con el (0,1%) como el respectivo aporte patronal (11,15%).

Para hacer el rol de pagos se procedió a realizar lo siguiente:

- Para calcular el aporte a IECE se multiplica el ingreso de los obreros por el 0,1% que es el aporte del empleado.
- El Décimo tercero se lo obtiene del total de ingresos dividido para los 12 meses del año.
- Décimo Cuarto resulta del sueldo básico establecido por la ley dividida para 12 meses del año.
- El Aporte Patronal para empleados y obreros es del 11,15% que también se lo calcula multiplicando el total de ingresos

Mano De Obra Directa

Cuadro N° 60

JEFE DE PRODUCCIÓN	
RUBROS	VALOR
Sueldo Básico	450
Décimo Tercero	38
Décimo Cuarto	31
Vacaciones Pagadas	19
Aporte Patronal	50
Fondo reserva	
SECAP – IECE	5
TOTAL REMUNERACION	591
N.- Obreros	1
TOTAL MENSUAL	591
TOTAL ANUAL	7.097

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: La autora

Mano De Obra Directa

Cuadro N° 61

OBrero	
RUBROS	VALOR
Sueldo Básico	366
Décimo Tercero	31
Décimo Cuarto	31
Vacaciones Pagadas	15
Aporte Patronal	41
Fondo reserva	
SECAP – IECE	4
TOTAL REMUNERACION	487
N.- Obreros	3
TOTAL MENSUAL	1460
TOTAL ANUAL	17522

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: La autora

Proyección Mano De Obra Directa: Al igual que la proyección de la materia prima, se proyecta la mano de obra directa con el mismo objetivo.

Proyección Mano De Obra Directa

Cuadro N° 62

AÑOS	VALOR TOTAL
1	24619
2	25579
3	26577
4	27613
5	28690

Fuente: Cuadro N° 60, 61

Elaboración: La autora

Mano De Obra Indirecta: Es aquella que intervine en áreas administrativas de la empresa que sirve de apoyo a los procesos productivos en la actividad de supervisión, control, vigilancia.

Para hacer el rol de pagos se procedió a realizar lo siguiente:

- Para calcular el aporte a IECE se multiplica el ingreso del chofer del 0,1% que es el aporte del empleado.
- El Décimo tercero se lo obtiene del total de ingresos dividido para los 12 meses del año.
- Décimo Cuarto resulta del sueldo básico establecido por la ley dividida para 12 meses del año.
- El Aporte Patronal para empleados y obreros es del 11,15% que también se lo calcula multiplicando el total de ingresos.

Mano De Obra Indirecta

Cuadro N° 63

AUXILIAR SUPERVISION		VENDEDOR
RUBROS	VALOR	VALOR
Sueldo Básico	400	450
Décimo Tercero	33	38
Décimo Cuarto	31	31
Vacaciones Pagadas	17	19
Aporte Patronal	45	50
Fondo reserva (8,33%)		
SECAP – IECE	4	5
TOTAL REMUNERACION	529	591
N.- supervisor de producción	1	1
TOTAL MENSUAL	529	591
TOTAL ANUAL	6349	7097
TOTAL	13446	

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: La autora

Proyección Mano De Obra Indirecta

Cuadro N° 64

AÑOS	VALOR TOTAL
1	13446
2	13971
3	14516
4	15082
5	15670

Fuente: Cuadro N° 63

Elaboración: La autora

Gastos generales de fabricación

Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento

Gastos generales de fabricación

Cuadro N° 65

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	Kw/h	2000	0,11	220	2640
Gasolina camión	galón	22	0,32	7,04	84,48
TOTAL				227,04	2724,48

Fuente: Empresa eléctrica, agua potable, gasolineras AB

Elaboración: La autora

Proyección gastos generales de fabricación

Cuadro N° 66

Años	Valor Total
1	2.724
2	2.831
3	2.941
4	3.056
5	3.175

Fuente: Cuadro N° 65

Elaboración: La autora

Servicios básicos: Son servicios básicos que la empresa utilizara para su normal funcionamiento.

Servicios Básicos

Cuadro N° 67

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	Kwh	90	0,15	13,5	162
Agua potable	m3	60	0,25	15	180
Teléfono – Internet	minutos	193	0,15	28,95	347,4
TOTAL				57,45	689,4

Fuente: Empresa eléctrica, agua potable, gasolineras AB

Elaboración: La autora

Proyección Servicios Básicos

Cuadro N° 68

Años	Valor Total
1	689
2	716
3	744
4	773
5	803

Fuente: Cuadro N° 67

Elaboración: La autora

Suministro De Oficina: se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas de la empresa.

Presupuesto Materiales Y Útiles De Oficina

Cuadro N° 69

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Total
Lápices		4	0,7	2,8
Borradores		4	0,5	2
Carpetas		10	0,3	3
esferos		8	0,25	2
Clips	caja	5	0,9	4,5
Papel bond	Resma	3	3,5	10,5
Tinta de Impresión	Cartuchos	4	10	40
Agenda	unidad	1	8	8
TOTAL				72,8

Fuente: La Reforma

Elaboración: La autora

Proyección Material Y Útiles De Oficina

Cuadro N° 70

Años	Valor Total
1	73
2	76
3	79
4	82
5	85

Fuente: Cuadro N°69

Elaboración: La autora

Útiles De Aseo: Son aquellos utensilios necesarios para buena Imagen de la empresa tanto interna como externa

Presupuesto de Útiles de Aseo

Cuadro N° 71

Especificaciones	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Parcial	Valor Total
Escobas (2 veces /año)	unidad	2	3,5	3,5	7
Recogedor(2 veces / año)	unidad	2	5,5	5,5	11
Detergente industrial	saco 50 Kg	2	24,5		49
Desinfectante	galón	5	5		25
Fundas de basura industrial	paquete	10	1,5		15
Basureros industriales	unidad	4	30		120
TOTAL				9	227

Fuente: Centro Comercial

Elaboración: La autora

Proyección Material Y Útiles De Aseo

Cuadro N° 72

Años	Valor Total
1	227
2	236
3	245
4	255
5	265

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: La autora

Arriendo del local: Debido a que no se tiene un terreno propio para la empresa se ha creído conveniente realizar en un local, el mismo que debe encontrarse en perfecta ubicación y en las mejores condiciones para el correcto funcionamiento de la empresa.

Arriendo del local

Cuadro N° 73

Descripción	Cantidad	v. unitario	v. mensual	v. anual
ARRIENDO DEL LOCAL	1	300	300	3600
TOTAL			300	3600

Fuente: Locales de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Proyección de arriendo del local

Cuadro N° 74

AÑOS	VALOR TOTAL
1	3600
2	3740
3	3886
4	4038
5	4195

Fuente: Cuadro N° 73

Elaboración: La autora

Publicidad: es la actividad que tiene como objetivo anunciar el producto a través de tarjetas de presentación y anuncios en medios de comunicación (radio)

Presupuesto De Publicidad

Cuadro N° 75

Descripción	Numero De Secuencias	Valor Mensual	Valor Anual
Radio " Matobelle"	2 diarias	40	480
Tarjetas de Presentación	1000	5	60
TOTAL		45	540

Fuente: Radio Matobelle

Elaboración: La autora

Proyección Publicidad

Cuadro N° 76

Años	Valor Total
1	540
2	561
3	583
4	606
5	629

Fuente: Cuadro N° 75

Elaboración: La autora

Mantenimiento, Reparación, Maquinaria Y Equipo De Oficina

Es necesario contar con un presupuesto adicional a la compra de la maquinaria, para dar mantenimiento cada cierto tiempo, con el objetivo de prolongar la vida útil de los elementos.

Presupuesto Mantenimiento, Reparación, Maquinaria Y Equipo De Oficina

Cuadro N° 77

Descripción	Valor	Porcentaje Alícuotas	Valor Anual
Maquinaria y Equipo	16315	1	400
Muebles y Enseres	340	2	6,8
Equipo de Oficina	690	1	13,8
Vehículo	560	1	560
TOTAL			980,6

Fuente: Empresas distribuidoras de Loja

Elaboración: La autora

Proyección Mantenimiento, Repar.Y E.Ofic.

Cuadro N° 78

Años	Valor Total
1	981
2	1019
3	1059
4	1100
5	1143

Fuente: Cuadro N° 77

Elaboración: La autora

Sueldos Administrativos

Cuadro N° 79

	GERENTE	SECRETARIA	CONTADORA
RUBROS	VALOR	VALOR	VALOR
Sueldo Básico	600	400	400
Décimo Tercero	50	33	33
Décimo Cuarto	31	31	31
Vacaciones Pagadas	25	17	17
Aporte Patronal	67	45	45
Fondo reserva			
SECAP - IECE	6	4	4
TOTAL REMUNERACION	778	529	529
N.- supervisor de producción	1	1	1
TOTAL MENSUAL	778	529	529
TOTAL ANUAL	9341	6349	6349
TOTAL	22.039		

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: La autora

Proyección Sueldos Administrativos

Cuadro N° 80

AÑOS	VALOR TOTAL
1	22.039
2	22.899
3	23.792
4	24.720
5	25.684

Fuente: Cuadro N° 79

Elaboración: La autora

Resumen Del Capital De Trabajo (Activo Circulante): Comprende la recopilación de toda la información de los presupuestos que son del capital de trabajo estimado para un ciclo productivo es decir un mes y año, a continuación se detallamos siguiente.

Resumen Del Activo Circulante O Capital De Trabajo

Cuadro N° 81

DESCRIPCION	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	945	11338
MANO DE OBRA DIRECTA	2052	24619
MATERIA PRIMA INDIRECTA	12	144
MANO DE OBRA INDIRECTA	1121	13446
GASTOS GENERALES DE FABRICACION	227	2724
SERVICIOS BASICOS	57	689
MATERIALES Y UTILES DE OFICINA	6	73
MATERIALES Y UTILES DE ASEO	19	227
ARRIENDO DEL LOCAL	300	3600
PUBLICIDAD	45	540
MANTENIMIENTO,REPAR y EQUIPO OF.	82	980,6
PRESUPUESTOS PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1837	22039
imprevistos 5%	335	4021
TOTAL	7037	84441

Elaboración: La autora

Inversión total del proyecto

Cuadro N° 82

TOTAL INVERSIÓN	
Rubro	Monto
ACTIVOS FIJOS	
Vehículo	12.240
Maquinaria y Equipo	12.200
Herramientas	604
Muebles y Enseres	1.545
Equipo de Oficina	1.600
Reinversión Equipo de Oficina	1.600
Equipo de Seguridad e Higiene	652
5 % IMPREVISTOS	1.522,05
TOTAL	31.963,05
ACTIVOS DIFERIDOS	
Elaboración del proyecto	250
Permisos y patentes	2.000
Instalaciones y adecuaciones	1200
imprevistos 5%	172,5
TOTAL	3.622,5
CAPITAL DE TRABAJO	
MATERIA PRIMA DIRECTA	944,8
MANO DE OBRA DIRECTA	2.051,6
MATERIA PRIMA INDIRECTA	12,0
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.120,5
GASTOS GENERALES DE FABRICACION	227,0
SERVICIOS BASICOS	57,5
MATERIALES Y UTILES DE OFICINA	6,1
ARRIENDO DEL LOCAL	300,0
MATERIALES Y UTILES DE ASEO	18,9
PUBLICIDAD	45,0
MANTENIMIENTO,REPAR y EQUIPO OF.	81,7
PRESUPUESTOS PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1.836,6
imprevistos 5%	335,1
TOTAL	7.036,8
TOTAL DE INVERCION	42.622,3

Fuente: Cuadro N° 53, 54, 81

Elaboración: El autor

g.4.1.1.2 Financiamiento de la inversión

El financiamiento del proyecto explica la conveniencia o la mejor forma de cómo va a originarse los recursos requeridos, para cada uno de los rubros de las inversiones.

Para el financiamiento de la empresa “**CASA PLUS XX**” la inversión inicial es de \$ 42.622,30 dólares, el mismo que se financiara de capital interno y externo que se detalla a continuación:

Fuente Interna: Para el presente proyecto, la inversión interna será cubierta por la dueña de la empresa cuyo monto es de; \$ 22.622 dólares que representa el 53.08% de la inversión.

Fuente Externa: Para cubrir el monto total de la inversión el capital externo es de \$ 20.000 dólares equivalente al 46.92% de la inversión, se pedirá un préstamo en el Banco de Loja, con una tasa de interés de 11.50%, anual el préstamo se lo financiara para 5 años.

Financiamiento

Cuadro N° 83

CAPITAL UTILIZADO	CANTIDAD	PORCENTAJE
CAPITAL INTERNO	22.622	53,08
CAPITAL EXTERNO	20.000	46,92
TOTAL	42.622	100,00

Fuente: cuadro N° 81

Elaboración: El autor.

Amortización del préstamo

Cálculo matemático

DATOS:

Saldo inicial: \$ 20.000

Interés: 11.50%

Tiempo: 5 años

Forma de pago: semestral (2 pagos anual) → 6 meses/ 12 meses = 0,5.

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

\$ 20.000 / 10 n° de pagos = \$ 20.000.00

Para sacar el interés se multiplica:

\$ 20.000 x 0,5 x 0,1150 = 1.150

Tabla de amortización

Monto: \$ 20.000.00

Interés: 11,50%

Amortización: Semestral

N° de pagos: 10

Pagos anuales: 2 pagos.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuadro N° 84

AÑOS	SEMESTRES	SALDO INICIAL	DIVIDENDO SEMESTRAL	INTERES	INTERE ANUAL	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	0	20.000					20.000,00
	1	20.000	3.150,00	1.150,00	2.185,00	2.000,00	18.000,00
1	2	18.000,00	3.035,00	1.035,00		2.000,00	16.000,00
	1	16.000,00	2.920,00	920,00	1.725,00	2.000,00	14.000,00
2	2	14.000,00	2.805,00	805,00		2.000,00	12.000,00
	1	12.000,00	2.690,00	690,00	1.265,00	2.000,00	10.000,00
3	2	10.000,00	2.575,00	575,00		2.000,00	8.000,00
	1	8.000,00	2.460,00	460,00	805,00	2.000,00	6.000,00
4	2	6.000,00	2.345,00	345,00		2.000,00	4.000,00
	1	4.000,00	2.230,00	230,00	345,00	2.000,00	2.000,00
5	2	2.000,00	2.115,00	115,00		2.000,00	0,00
			26.325,00	6.325,00		20.000,00	

Fuente: Banco de Loja, cuadro N° 82

Elaboración: La autora

g.4.1.1.3 Costos Total De Producción

Una vez determinados todos los valores se procede a construir el cuadro de costos, estos son valores totales del proyecto, que se los calcula con la tasa de interés del 3,38% de inflación anual según los indicadores económicos del Banco Central del Ecuador del año 2015, correspondientes a la vida útil del proyecto.

Estructura De Los Costos Para La Vida Útil Del Proyecto (5años)

Cuadro N° 85

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCION					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	11338	11780	12239	12717	13212
Mano de obra directa	24619	25579	26577	27613	28690
TOTAL DEL COSTO PRIMO	35957	37358,89	38815,88	40329,70	41902,56
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					
Materia prima indirecta	144	150	155	162	168
Mano de obra indirecta	13446	13971	14516	15082	15670
Costo de fabricación (carga fabril)	2724	2831	2941	3056	3175
Depreciación vehículo	1101,6	1101,6	1101,6	1101,6	1101,6
Depreciación maquinaria y equipo	1098	1098	1098	1098	1098
depreciación de herramientas	134	134	134	134	134
TOTAL GAST INDIR FABRICAC.	18649	19284,87	19945,96	20632,84	21346,50
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	54605	56643,76	58761,85	60962,55	63249,07
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTO ADMINISTRATIVO					
sueños administrativos	22039	22899	23792	24720	25684
Servicios básicos	689	716	744	773	803
Depreciación equipo de COMPUTO	356	356	356	356	356
Depreciación reinversión Equip. De computo	533	533	533	533	533
depreciación muebles y enseres	272,44	272,44	272,44	272,44	272,44
Materiales y útiles de oficina	73	76	79	82	85
Arriendo del local	3600	3740	3886	4038	4195
Materiales y útiles de aseo	227	236	245	255	265
Mantenimiento ,repara y equipo	981	1019	1059	1100	1143
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	28770	29847	30966	32128	33336
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	540	561	583	606	629
TOTAL GASTO DE VENTAS	540	561	583	606	629
GASTOS FINANCIEROS					
Amortización activos diferidos	724,5	724,5	724,5	724,5	724,5
Interés del préstamo	4000,00	4000,00	4000,00	4000,00	4000,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	4724,5	4724,5	4724,5	4724,5	4724,5
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN	34035	35133	36273	37458	38690
COSTO TOTAL	88640	91776	95035	98421	101939

Fuente: Cuadro N° 38 al N° 88

Elaboración: La autora

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos y variables se determinan con la finalidad de representar los valores monetarios para una medición empresarial, mediante el punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada.

COSTOS FIJOS: son aquellos que se mantiene constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos durante el transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.

COSTOS VARIABLES: Son gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus venta

CUADRO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL PROYECTO

Cuadro N° 86

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C.F	C.V	C.F	C.V	C.F	C.V	C.F	C.V	C.F	C.V
Materia prima directa		11338		11780		12239		12717		13212
Mano de obra directa	24619		25579		26577		27613		28690	
Materia prima indirecta		144		150		155		162		168
Mano de obra indirecta	13446		13971		14516		15082		15670	
Costo de fabricación (carga fabril)		2724		2831		2941		3056		3175
Depreciación Vehículo	1102		1102		1102		1102		1102	
Depreciación maquinaria y equipo	1098		1098		1098		1098		1098	
depreciación de herramientas	134		134		134		134		134	
Sueldos administrativos	22039		22899		23792		24720		25684	
Servicios básicos		689		716		744		773		803
Depreciación equipo de oficina	356		356		356		356		356	
Depre Reinversión equipo de oficina	533		533		533		533		533	
depreciación muebles y enseres	272		272		272		272		272	
Materiales y útiles de oficina	73		76		79		82		85	
Arriendo del local	3600		3740		3886		4038		4195	
Materiales y útiles de aseo		227		236		245		255		265
Mantenimiento ,reparación y equipo		981		1019		1059		1100		1143
Publicidad	540		561		583		606		629	
Amortización activos diferidos	725		725		725		725		725	
Interés del préstamo	4000		4000		4000		4000		4000	
TOTAL C. FIJO Y VARIABLE	72537	16103	75045	16731	77652	17384	80359	18062	83173	18766
TOTAL	88.640		91.776		95.035		98.421		101.939	

Fuente: Cuadros N° 84

Elaboración: La autora

Costo Unitario

Cada producto colocado en el mercado tiene un precio, este es determinado por dos factores: costo total y las unidades producidas, mediante estos factores podemos determinar la cantidad monetaria asignada al producto, con el fin de cubrir lo invertido en él, y se adhiere un porcentaje el cual lleva el nombre de % de utilidad que representa la cantidad que el empresario desea ganar, no está demás mencionar que este precio debe consistir y razonable.

El costo unitario de este producto está proyectado para los 5 años de vida útil de la empresa y se utilizara un margen de utilidad es de 30% en los dos primeros años y los años siguientes con el 35%.

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{costo total de producción}}{\text{unidades producidas}}$$

$$\text{Costo unitario} = \frac{88.640}{4.992}$$

$$\text{Costo unitario} = \$ 17,76$$

Para el primer año se estima un costo unitario de 17,76 más el margen de utilidad, el producto será puesto al mercado con un P.V.P de \$23.00 dólares y de esta forma por los siguientes años de vida del proyecto.

Costo unitario y precio de venta al público.

Cuadro N° 87

AÑOS	COSTO DE PRODUCCION	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO	M. DE UTILIDAD (30%)	P.V.P
1	88640	4992	17,76	5,33	23
2	91776	4992	18,38	5,52	24
3	95035	4992	19,04	6,66	26
4	98421	4992	19,72	6,90	27
5	101939	4992	20,42	7,15	28

Fuente: Cuadro N° 85

Elaboración: La autora

Ingreso Por Ventas

Mediante el ingreso por ventas podemos calcular la entrada de dinero que se podrá percibir en los años de vida útil del proyecto, esto mediante la venta de cierta cantidad de prendas a ciertos precios.

En el frente cuadro se presenta los ingresos que se obtendrán durante los 5 años siguientes para este proyecto.

Cuadro De Ingresos Por Ventas

Cuadro N° 88

AÑO	1	2	3	4	5
Unidades producidas	4992,00	4992,00	4992,00	4992,00	4992,00
PVP+ 30 % UTILIDAD	23,08	23,90	25,70	26,62	27,57
INGRESO POR VENTAS	115232,02	119309,33	128297,42	132868,25	137617,35

Fuente: Cuadro N° 86

Elaboración: La autora

Punto de equilibrio

Mediante el punto de equilibrio se puede apreciar el punto neutro o de estabilidad, en que la empresa no presenta pérdidas ni ganancias, dándonos así un punto de referencia sobre la situación interna de la empresa.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen ganancias ni pérdidas, es decir, si se vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{72.537}{115.232 - 16.103} * 100$$

$$PE = 73,17\%$$

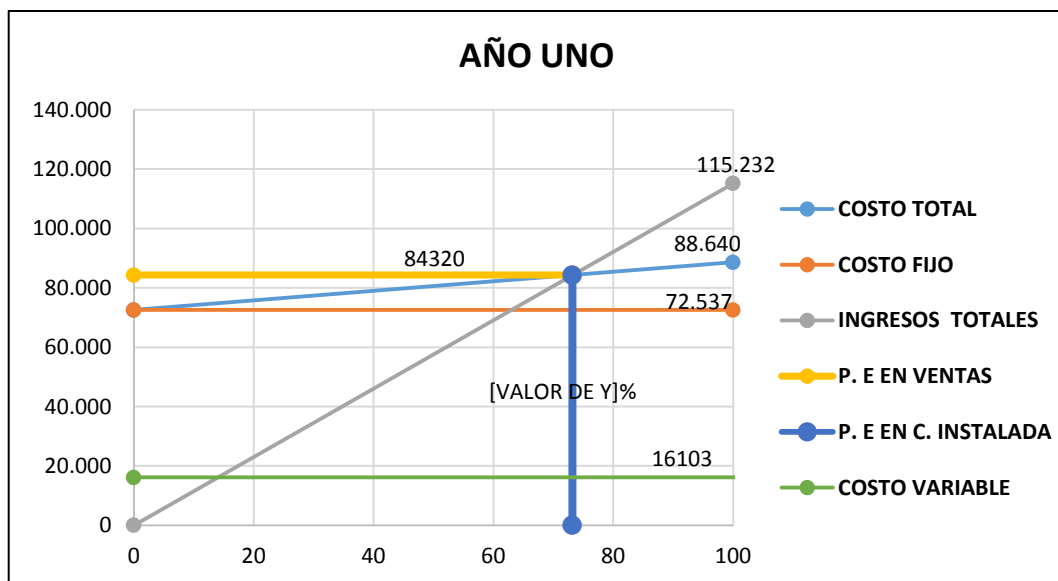
Punto de equilibrio en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{72.537}{1 - \frac{16.103}{115.232}}$$

$$PE = 84.320$$

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO FUNCION DE LA VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA.



Elaboración: La autora.

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 73,17% y las ventas de 84.329 dólares, en éste punto la empresa no pierde ni gana.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{77.652}{128.297 - 17.384} * 100$$

$$PE = 70,01\%$$

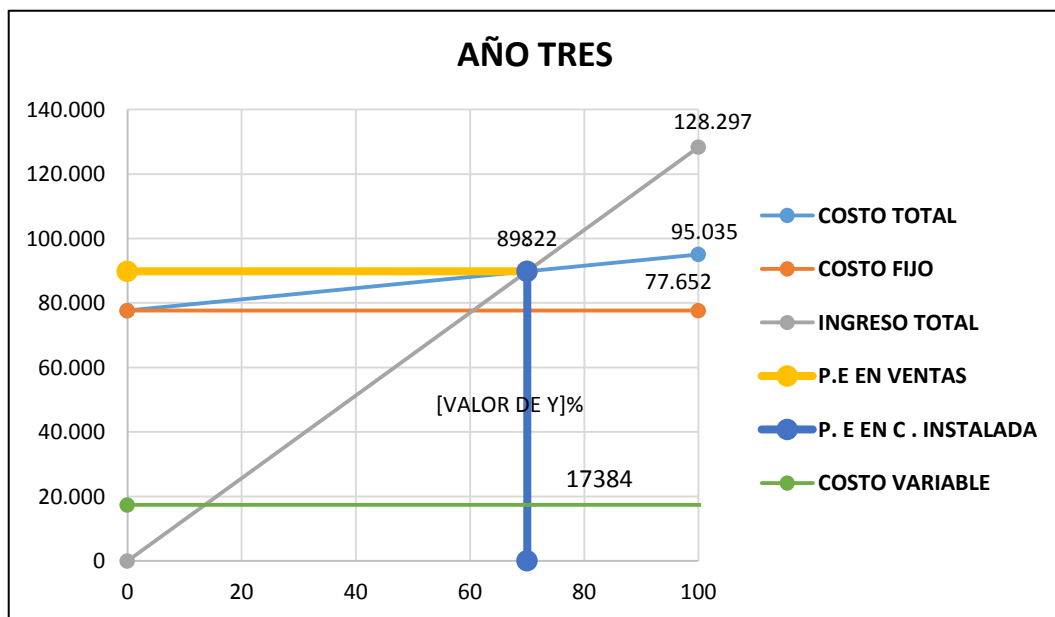
Punto de equilibrio en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{77.652}{1 - \frac{117.384}{128.297}}$$

$$PE = 89.822$$

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LA VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA.



Elaboración: La autora.

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 70,01% y las ventas de 89.822 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{83.173}{137.617 - 18.766} * 100$$

$$PE = 69,98\%$$

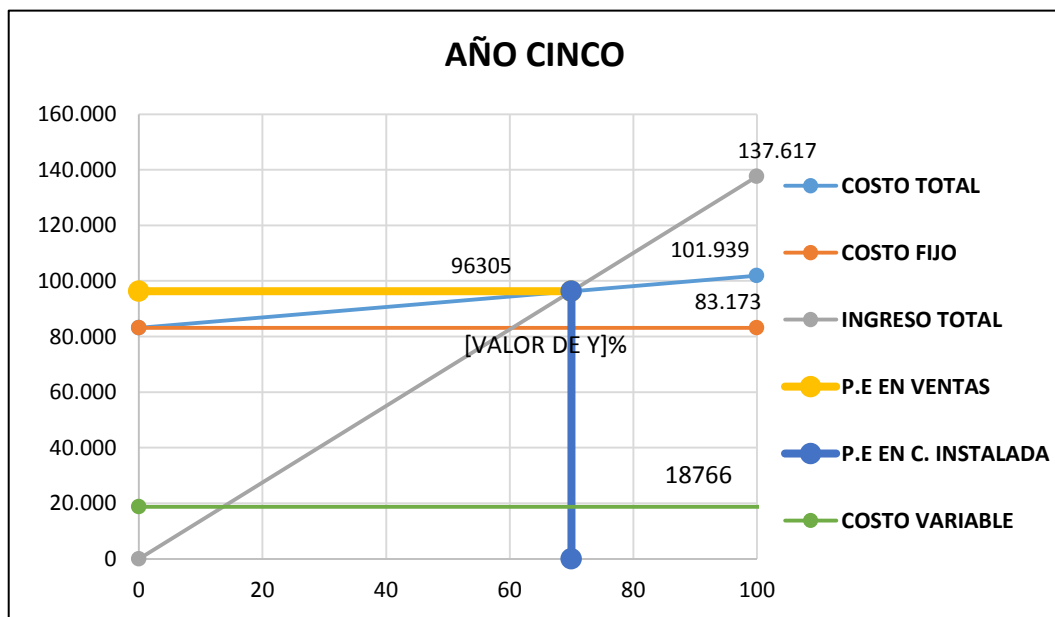
Punto de equilibrio en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{83.173}{1 - \frac{18.766}{137.617}}$$

$$PE = 96.305$$

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA.



Elaboración: La autora.

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 69,98% y las ventas de 96.305 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

Estado De Perdías Y Ganancias

El estado pérdidas y ganancias permite estar informados sobre la liquidez que posee la empresa después de gastos, mediante la medición de las actividades realiza durante un periodo determinado este puede ser: mensualmente, trimestralmente anualmente.

El estado de pérdidas y ganancias para este proyecto se muestra a continuación.

ESTADO DE PERDIAS Y GANANCIAS

Cuadro N° 89

DENOMINACIÓN	1	2	3	4	5
INGRESO POR VENTAS	115.232,02	119.309,33	128.297,42	132.868,25	137.617,35
COSTO DE PRODUCCIÓN	54.605,19	56.643,77	58.761,86	60.962,55	63.249,07
UTILIDAD BRUTA	60.626,83	62.665,56	69.535,56	71.905,70	74.368,28
COSTOS OPERACIONALES	34.034,83	35.132,64	36.273,27	37.458,38	38.689,70
UTILIDA NETA	26.592,00	27.532,92	33.262,29	34.447,32	35.678,57
15% UTILIDAD PARA TRABAJADORES	3.988,80	4.129,94	4.989,34	5.167,10	5.351,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	22.603,20	23.402,98	28.272,95	29.280,23	30.326,79
22% DE IMPUESTO A LA RENTA	4.972,70	5.148,66	6.220,05	6.441,65	6.671,89
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	17.630,50	18.254,33	22.052,90	22.838,58	23.654,89
10% DE RESERVA LEGAL	1.763,05	1.825,43	2.205,29	2.283,86	2.365,49
UTILIDAD LÍQUIDA	15.867	16.429	19.848	20.555	21.289

Fuente: Cuadro N° 84 Cuadro N° 87

Elaboración: La autora.

Flujo de Caja

El flujo de caja es un informe financiero que nos permite medir la liquidez de la empresa, este presenta un detalle de los flujos de ingreso y egreso de dinero en un tiempo determinado.

Para el presente proyecto en flujo de caja es el siguiente.

Flujo de caja

Cuadro N° 90

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
VENTAS		115232,02	119309,33	128297,42	132868,25	137617,35
CRÉDITO EN EL BANCO DE LOJA	20000,00					
CAPITAL PROPIO	22622,33					
VALOR DE RESCATE				533		3361
TOTAL INGRESOS	42622,33	115232,02	119309,33	128830,7492	132868,2505	140978,81
EGRESOS						
ACTIVO FIJO	31963,05					
ACTIVO DIFERIDO	3622,50					
ACTIVO CIRCULANTE	7036,78					
PRESUPUESTO GENERAL		88640	91776	95035	98421	101939
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN A.D		4219,651111	4219,651111	4219,651111	4219,651111	4219,651111
15% DE UTILIDADES A LOS TRABAJADORES		3988,80	4129,94	4989,34	5167,10	5351,79
22% DE IMPUESTO A LA RENTA		4972,70	5148,66	6220,05	6441,65	6671,89
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
TOTAL EGRESOS	42622,33	95381,87	98835,35	104024,86	107810,02	111742,80
FLUJO DE CAJA	0,00	19850	20474	24806	25058	29236

Fuente: cuadro N° Cuadro N° 86, Cuadro N° 88

Elaboración: La autora.

g.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera, evalúa la utilidad de la inversión para saber si es factible económicamente, o no la implementación de la empresa. Esta evaluación consiste en operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en los flujos de los ingresos y egresos formulados con precio de mercado sobre las que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación, se fundamenta en los métodos más utilizados que son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Análisis de Sensibilidad, se determina además el Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y la Relación Beneficio Costo (RBC).

Valor Actual Neto

El V.A.N es un método que se lo utiliza para valorar las inversiones, Para ello se trae todos los flujos de caja al momento presente, descontándolos a un tipo de interés determinado llamado factor de actualización, este permite conocer hasta que porcentaje pueden descontarse los flujos de caja y dar un resultado positivo, si el valor resulta negativo la inversión no seguirá.

Valor Actual Neto

Cuadro N° 91

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACT	FLUJO ACTUALIZADO
		11,5%	
0	42622,33		
1	19850	0,8968610	17.802,83
2	20474	0,8043596	16.468,44
3	24806	0,7213988	17.894,93
4	25058	0,6469944	16.212,53
5	29236	0,5802640	16.964,61
		TOTAL	85.343,34
		INVERSION	42.622,33
		VAN	42.721,01

Fuete: Cuadro N° 90

Elaboración: La autora.

Formula:

V.A.N= sumatoria VAN-inversión

V.A.N= 85.343,34 - 42.622,33 = **42.721,01**

Análisis: el factor de actualización se lo obtuvo de acuerdo al porcentaje del capital externo.

El valor actual del proyecto es de **42.721,01** que es un valor positivo y la decisión de invertir en el proyecto es conveniente ya que los inversionistas tendrán beneficios al finalizar la vida útil del proyecto.

Tasa Interna de Retorno

La TIR es una tasa de rendimiento, que nos permite comparar la rentabilidad de la inversión, con referencia a otras entidades.

Si la TIR obtenida en el ejercicio es igual o menor a la que ofrece un banco, la inversión no se realiza ya que es mejor que el dinero se encuentre depositado en un banco u otra entidad ganando intereses, si la TIR da positivo significa que es más rentable invertir que depositar el dinero en cualquier entidad.

Tasa Interna de Retorno**Cuadro N° 92**

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACT. ACTUA	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZ.	VAN MAYOR
0	42622,33	43,4%	-42622	44,40%	-42622
1	19850	0,69754	13846	0,69271	13750
2	20474	0,48657	9962	0,47985	9824
3	24806	0,33940	8419	0,33240	8245
4	25058	0,23675	5933	0,23026	5770
5	29236	0,16514	4828	0,15950	4663
TOTAL			366		-369
TIR	43,86				

Fuente: Cuadro N° 91

Elaboración: La autora.

Procedimiento de la tasa interna de retorno

Formula

$$TIR = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

Procedimiento

$$TIR = (43,40\% + ((0,01) \left(\frac{366}{366 - (-369)} \right))$$

$$TIR = 43,86\%$$

Análisis: Tomando en cuenta que la Tasa Interna de Retorno (TIR), calculada para el proyecto es de 43,86% y la tasa activa es de 11,50%, con este resultado el proyecto es factible.

Relación Beneficio Costo (RBC)

El indicador, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados, permite decidir en la siguiente interpretación:

- Si la relación ingresos / egresos es = 1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación ingresos / egresos es > 1 el proyecto es rentable.
- Si la relación ingresos / egresos es < 1 el proyecto no es rentable.

Relación Beneficio Costo

Cuadro N° 93

AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
0		11,5%			11,5%	
1	88.640	0,89686	79.498	115.232	0,89686	103.347
2	91.776	0,80436	73.821	119.309	0,80436	95.968
3	95.035	0,72140	68.558	128.297	0,72140	92.554
4	98.421	0,64699	63.678	132.868	0,64699	85.965
5	101.939	0,58026	59.151	137.617	0,58026	79.854
TOTAL			344.706			457.688
RELACIÓN BENEFICIO COSTO					1,33	

Fuente: Cuadro N° 87 ,88

Elaboración: La autora.

Formula

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

$$RBC = \frac{457.688}{344.706}$$

$$RBC = 1,33$$

Análisis:

Según el resultado obtenido la relación beneficio costo para el proyecto es mayor que uno (1.33), por lo tanto es financieramente aceptado, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 33 centavos de utilidad.

Periodo de Recuperación de Capital

Si bien la inversión es muy grande o muy pequeña, es preciso conocer en cuanto tiempo la podremos recuperar, de esa forma tendremos una referencia para tomar nuevas decisiones ya sea de endeudamiento o de otro tipo.

Periodo de Recuperación de Capital

Cuadro N° 94

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	SUMA DE LOS FLUJOS
0	42.622		
1		19.850	19.850
2		20.474	40.324
3		24.806	65.130
4		25.058	90.188
5		29.236	119.424

Fuente: Cuadro N° 91

Elaboración: La autora.

Para calcular el Periodo de Recuperación del Capital se utiliza la siguiente Fórmula:

$$\text{PRC} = \text{año que se recupera la inversión} + \frac{\text{inversión} - \sum \text{de flujos que sup la inversión}}{\text{flujo neto del año que sup la inversión}}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{42.622 - 65.130}{24.806}$$

$$\text{PRC} = 2, \text{ años}$$

$$\text{PRC} = 0,09 * 12 = 1 \text{ meses}$$

$$\text{PRC} = 0,08 * 30 = 2 \text{ días}$$

Análisis: en el proyecto la inversión inicial se la recupera en 2 años, 1 mes y 2 días.

Análisis De Sensibilidad

El aumento de costos y la disminución de ingresos incitan desajuste en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

Para la toma de decisiones

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno (1); el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual que uno (1); el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno (1); el proyecto no es sensible.

Análisis de sensibilidad con un incremento de 13,36% en los costos.

Cuadro N° 95

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO ORIGINAL AUMENTADO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO	FACTOR ACTUALIZACIÓN MENOR	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN MAYOR	VAN MAYOR
0		13,36%			30,1%	- 42622,33	31,08%	- 42622,33
1	88640	100482	115232	14750	0,7688	11339	0,7629	11252
2	91776	104038	119309	15272	0,5910	9025	0,5820	8888
3	95035	107732	128297	20566	0,4543	9344	0,4440	9131
4	98421	111570	132868	21298	0,3493	7439	0,3387	7214
5	101939	115558	137617	22060	0,2685	5923	0,2584	5701
TOTAL						447,28		-435,55
TIR ACTUAL:		30,59						
TIR ANTERIOR		43,86						
VARIACION TIR		13,27						
% VARIACION		30,26						
SENSIBILIDAD		0,99						

Fuente: Cuadro N° 93

Elaboración: La autora.

PROCEDIMIENTO:

Nueva TIR

$$NTIR = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

$$NTIR = 30,10 + 0,01 \frac{447,28}{447,28 - (-435,55)}$$

$$NTIR = 30,59\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 43,86\%$$

Diferencia TIR

$$DIF. TIR = TIR \text{ del proyecto} - NUEVA TIR$$

$$DIF. TIR = 43,86\% - 30,59\%$$

$$DIF. TIR = 13,27$$

Porcentaje de Variación

$$\% V = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{TIR \text{ original}} * 100$$

$$\% V = \frac{13,27 \%}{43,86\%} * 100$$

$$\% V = 30,26\%$$

Análisis de Sensibilidad

$$S = \frac{\% \text{variación}}{NTIR}$$

$$S = \frac{30,26}{30,59}$$

$$ANALISIS DE SENCIBILIDAD = 0,99$$

Análisis de Sensibilidad con la Disminución del 10,09% en los Ingresos

Cuadro N° 96

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL DISMINUIDO	FLUJO	FACTOR ACTUALIZACION MENOR	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACION MAYOR	VAN MAYOR
0			10,09%		30,1%	-42622	31,12%	-42622
1	88640	115232	103605	14965	0,7685	11501	0,7627	11413
2	91776	119309	107271	15495	0,5906	9152	0,5817	9012
3	95035	128297	115352	20317	0,4539	9222	0,4436	9013
4	98421	132868	119462	21041	0,3488	7340	0,3383	7119
5	101939	137617	123732	21793	0,2681	5842	0,2580	5623
TOTAL						435		-442
TIR ACTUAL:		30,62						
TIR ANTERIOR		43,86						
VARIACION TIR		13,24						
% VARIACION		30,19						
SENSIBILIDAD		0,99						

Fuente: Cuadro N° 93

Elaboración: La autora

Nueva TIR

$$NTIR = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

$$NTIR = 30,12 + 0,01 \frac{435}{435 - (-442)}$$

$$NTIR = 30,62\%$$

$$\mathbf{TIR \text{ DEL PROYECTO} = 43,86\%}$$

Diferencia TIR

$$DIF. TIR = TIR \text{ del proyecto} - NUEVA TIR$$

$$DIF. TIR = 43,86\% - 30,62\%$$

$$DIF. TIR = 13,24\%$$

Porcentaje de Variación

$$\% V = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR original}} * 100$$

$$\% V = \frac{13,24}{43,86} * 100$$

$$\% V = 30,19 \%$$

Análisis de Sensibilidad

$$S = \frac{\% \text{variación}}{NTIR}$$

$$S = \frac{30,19}{30,62}$$

$$\mathbf{ANALISIS DE SENCIBILIDAD = 0,99}$$

h) CONCLUSIONES

En base a los resultados se pudo concluir lo siguiente:

- De las 382 encuestas realizadas que se tomaron como muestra en la ciudad de Loja, 292 son mujeres talla plus
- De acuerdo a los resultados obtenidos, las mujeres talla plus, la ropa que más utilizan son los vestidos.
- Las mujeres respondieron que las tallas que más utilizan son las (XXL).
- De acuerdo a las preferencias por los colores de vestidos se pudo determinar que utilizan el color negro.
- Respondieron que 190 no encuentran sus tallas con facilidad debido a que la mayoría de locales no venden vestidos talla plus.
- Para adquirir las prendas sus lugares de preferencia son los centros comerciales de la ciudad de Loja.
- Según los resultados se pudo determinar que las mujeres compran dos vestidos anuales.
- La mayor cantidad de mujeres estarían dispuestas a pagar 30 dólares por un vestido talla plus.
- De acuerdo a los resultados el 91%, si comprarían los vestidos talla plus, en el caso de que se creara la empresa.
- Con referencia a las encuestas aplicadas a los oferentes se pudo concluir que el 42 % venden vestidos, de ellos el 64% no venden vestidos tallas plus.
- La mayoría de los vestidos talla plus que venden, tienen un precio de 40 dólares.

i) RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución de este proyecto de acuerdo a los resultados obtenidos es factible económicamente y social generando fuentes de trabajo y desarrollo para la ciudad y el país.
- Asignar los recursos necesarios para la implementación de la empresa, productora y comercializadora de vestido para mujeres talla plus, porque es un producto que poco fabrican y venden en la ciudad.
- Se debe realizar una buena campaña publicitaria con el fin de dar a conocer el producto que ofrece la empresa debido a que las mujeres talla plus tienen recelo.
- Resulta de vital importancia la implementación de la empresa, porque además de satisfacer una necesidad y obtener utilidades, ayuda psicológicamente a estas personas.
- Que las instituciones de educación superior incrementen acciones en los estudiantes que les motive a generar nuevos emprendimientos lo que ayudará no sólo a generación de fuentes de trabajo sino también al desarrollo y la economía del país.
- Para la ejecución del proyecto se recomienda contar con mano de obra local para ayudar al desarrollo local.

j) BIBLIOGRAFÍA

- BRAVO, M. V. (2007). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. PICHINCHA: CAMARA ECUATORIANA DEL LIBRO.
- CASTRO, A. M., & CASTRO, J. A. (2009). *PROYECTOS DE INVERSIÓN EVALUACION Y FORMULACION*. MEXICO .
- CHAIN, N. S., & SAPAG, C. R. (2008). *PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. BOGOTÁ.
- CLAVEL, P. (20 de 05 de 2012). *BIBLIOTECA*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/97606454/Maquinas-Industriales-de-Costura>
- COLORADO, J. L., & JOSÉ, M. S. (2009). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*.
- ECUADOR, B. C. (16 de 07 de 2016). <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-pib-ecuatoriano-registro-una-reduccion-de-1-9-en-el-primer-trimestre-de-2016>. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-pib-ecuatoriano-registro-una-reduccion-de-1-9-en-el-primer-trimestre-de-2016>.
- GABRIEL, B. U. (2005). *EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO.
- GARCÍA, D. D., & QUESADA, I. F. (2005). *DISTRIBUCION DE LA PLANTA*.
- GARCÍA, E., & MONGÓ, M. (2008). *Introducción de la anchoa en el mercado brasileño*. Peru: Cordillera S.A.C.
- GARCIA, K. A. (22 de 10 de 2014). *BLOG ARA*. Obtenido de <http://sesshomaru576ara.blogspot.com/2014/10/un-hilo-una-hebra-larga-y-delgada-de-un.html>
- IVESTER, A. L., & JOHN D, N. (s.f.). *WIKIPEDIA*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Industria_textil
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico : Pearson.
- LOBO, A. G., & PINO, D. D. (2009). *manual de publicidad*. MADRID: ESIC.
- LOPEZ, N. O. (2015). *Direccion Estrategica de la Empresa*. Madrid: S.L. CIVITAS EDICIONES.
- LOURDES, M. (2010). *Administracion Gestión Organizacional, Enfoques y Proceso Administrativo*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- LUNA, O. L. (15 de 08 de 2007). <http://www.flunal.com/llo/proyeccion07.pdf>. Obtenido de <http://www.flunal.com/llo/proyeccion07.pdf>.
- LUPITA, C. (10 de 03 de 2008). *INDUSTRIA TEXTIL*. Obtenido de <http://preparacionyacabadogcl.blogspot.com/2008/02/telas.html>

- MANUEL, C. (2007). *Costo por ordenes de Produccion*. Ecuador: Pearson Educación.
- MARTINEZ, F. V. (2006). RIESGOS FINANCIEROS Y ECONOMICOS . Mediacentre. (4 de 6 de 2016). *WHO Media centre*. Obtenido de WHO Media centre: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
- MERCEDES, B. (2005). *Contabilidad General*. PICHINCA: Nucleo Ecuatoriana del Libro.
- MEZA, O. J. (2013). *Evaluacion financiera de Proyectos*. Bogota: Tercera Edicion.
- MIRANDA, J. J. (2005). *GESTIÓN DE PROYECTOS* . BOGOTÁ.
- MORA, M. E. (2004). *Formulación y Evaluacion de Proyectos de Inversión*. Loja.
- NEEFUS, A. L. (S/F de S/F de S/F). <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/89.pdf>.
- ORLANDO, U. (2010). *Elaboracion de Manuales y Requisitos*. Madrid: PEARSON.
- OROZCO, J. D. (2013). *Evaluacion financiera de Proyectos*. Bogota: Tercera Edicion.
- ORTEGA, L. (2012). *El Proceso Administrativo en el Desarrollo Empresarial*. UNL *Guía de Módulo III*. Loja.
- PADILLA, M. C. (2011). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. MEXICO.
- PEDRO, Z. (2007). *Contabilidad General*. Colombia: Mc Graw-Hill.
- PHIPIL, G. K., & ARMSTRONG. (2013). *Fundamnetos de Marketing*. Mexico: PEARSON.
- PORTO, J. P., & GARDEY, A. (2011). *DEFINICIÓN*. Obtenido de <http://definicion.de/confeccion/>
- POSSO, S. E. (2013). *REPOSITORIO*. PUCE.EDU.EC. Obtenido de [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5798/T-PUCE-5954\(2\).pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5798/T-PUCE-5954(2).pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- POZO, D. C. (2011). *REPOSITORIO DE LA UTE*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi0wZ7U0e3SAhUGQyYKHbKd58QFggvMAQ&url=http%3A%2F%2Frepositorio.ute.edu.ec%2Fbitstream%2F1>

23456789%2F4474%2F1%2F47803_1.pdf&usg=AFQjCNFamXNsyCjJijE3qi-Rk7rPi00rEg&

- RAMIREZ, E., & CAJIGAS, M. (2004). PROYECTOS DE INVERSIÓN COMPETITIVOS. PALMIRA.
- RIOS, E. H. (2012). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión de capital*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- RUBÉN, S. (2005). *Contabilidad General*. Quito: Voluntad, novena edición.
- RUEDA, M. (03 de 2012). *REPOSITORIO DE LA UTE*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/4490/1/48083_1.pdf
- SAPAG, C. N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Mexico: PEARSON.
- SOTO, H. (2011). *El Misterio del Capital*. Mexico: Diana.
- TALAYA, MIRANDA, GONZALEZ, N., PASCUAL, C., LARA, E., & VAZQUEZ. (2008). Principios de marketing. MADRID: 3 EDICIÓN.
- THOMPSON, I. (2009). *DEFINICIÓN DE ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL*.
- ULLO, L. M., & PROTTI, M. A. (2005). INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES .
- URBINA, G. B. (2010). Evaluación de proyectos. Mexico: Mc Graw Hill.
- VARELA, M. A., & ARROLLO, G. S. (2003). contabilidad financiera y de sociedades I. Madrid: Piramide.
- VASCONES, J. A. (2003). *Contabilidad Intermedia*. Pichincha: Cámara Ecuatoriana del Libro.
- VELAZQUEZ, E. V. (1012). *RED TERCER MILENIO*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf
- VIDAURI, J. M. (2008). *Matemática Financiera*. México: Cengage Learning.
- VILLALOBOS, L. J. (2009). *Matemática Financiera*. Mexico: Person Educación.
- WILSON, M. H., & PAREDES, A. P. (2005). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS TECNOLÓGICOS EMPRESARIALES APLICABLES. COLOMBIA.

k) ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ENCUESTA

Estimada, estamos realizando una encuesta con el propósito de recabar información para la implementación de una empresas dedicada a la producción y comercialización de vestidos tallas plus en la ciudad de Loja ,por lo cual pedimos su colaboración contestando las siguientes preguntas .Le agradecemos por la información que nos brindara.

Confección de vestidos tallas plus (tallas grandes) en la ciudad de Loja

Edad de las personas encuestadas

Menos de 20 años

Entre 21 y 35 años

Entre 36 y 50 años

Más de 51 años

¿En qué parroquia habita?

El sagrario

Sucre

El valle

San Sebastián

Punzara

Carigan

1. ¿Es usted una mujer talla plus (Talla grande)?

Si No

2. ¿Qué tipo de ropa talla plus (Talla grande) utiliza usted con más frecuencia?

Falda

Pantalón

Vestidos

Otros

3. ¿Qué talla utiliza usted?

- L ()
XL ()
XXL ()
XXXL ()
XXXXL ()

4. ¿Qué Color de vestidos tallas plus prefiere usted?

- Negro ()
Blanco ()
Rojo ()
Café ()
Marrón ()
Otros ()

5. ¿Suele encontrar vestidos de su talla con facilidad?

- Si ()
No ()

6. ¿A qué tipo de tienda suele ir a comprar vestidos tallas plus (talla grande)?

- Centros comerciales ()
Boutiques ()
Mercadillo ()

7. ¿Cuántos vestidos requiere usted anualmente?

- 1 ()
2 ()
3 ()

8. ¿Qué precio paga usted por los vestidos talla plus?

- \$20 ()
\$30 ()
\$40 ()
50 ()
\$60 ()
\$ 70 y más. ()

9. Para la compra de una prenda de un vestido talla grande

¿Le gustaría recibir?

- Descuento por compra al por mayor ()
Facilidad de pago ()
Descuento por pronto pago. ()

10. ¿Por qué medio de medio de comunicación le gustaría que se haga publicidad las prendas de vestir de talla plus (Talla grande)?

- Radio ()
Prensa E. ()
R. Sociales ()
Vallas P. ()

11. ¿En caso de crear una empresa dedicada a la confección de vestidos tallas plus (Tallas grandes) en la ciudad de Loja estaría dispuesto a adquirirlos?

- Si ()
No ()

Gracias por su atención.

ANEXO 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS ENCUESTA OFERENTES

Estimada/do, estamos realizando una encuesta con el propósito de recabar información para la implementación de una empresas dedicada a la producción y comercialización de vestidos tallas plus en la ciudad de Loja ,por lo cual pedimos su colaboración contestando las siguientes preguntas .Le agradecemos por la información que nos brindara.

1. ¿En su negocio Vende usted vestidos?
2. ¿Vende usted vestidos tallas plus (tallas grandes)?
3. ¿Qué cantidad vende mensualmente?
4. ¿Qué talla vende con más frecuencia?
5. ¿qué precio tienen los vestidos que vende?
6. cuanto crecieron sus ventas en comparación con el año anterior

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

FICHA RESUMEN

TEMA: “ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTIDOS PARA MUJERES TALLAS PLUS (TALLAS GRANDES), DE LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

El sobrepeso y la industria textil son dos problemas que han venido creciendo durante los últimos años, sin embargo las industrias textiles de países desarrollados han mirado y aprovechado la oportunidad de confeccionar prendas de acuerdo a la moda actual; abandonado un poco este mercado de tallas grandes, generando una demanda insatisfecha sobre todo en todos los países.

La situación del Ecuador está marcada por los cambios que se han venido dando en varios aspectos: político, social, cultural y especialmente económico, los mismos que se han venido desarrollando por los avances tecnológicos que en muchos casos han favorecido al desarrollo de la sociedad y del país entero. Dentro del sector textil en el Ecuador existe un mercado poco atendido, como es la confección de vestidos para mujeres de tallas grandes, destinado al sector económico medio y bajo.

Actualmente a nivel regional y local además de los problemas mencionados se suma, la mayor parte de empresarios tienen cierta resistencia al delegar responsabilidades o compartir conocimientos a los subordinados; y al no confiar creen que es el único que puede resolver los problemas de la empresa; y no aprovecha el recurso humano de su medio y prefiere contratar mano de obra externa; también la falta de valor agregado a bienes y servicios, convirtiéndose en productos homogéneos o repetitivos en el mercado; y aun así esperan sobrevivir a competidores de bajo costo.

Ya que se ha podido identificar que el problema de la mayoría de las empresas en nuestra localidad es que no realizan investigaciones de mercado, no aplican campañas publicitarias que permitan el posicionamiento de sus

productos, no logran identificar los clientes potenciales de esa forma es imposible atraer la atención y aceptación por parte de los mismos. No poseen canales de distribución adecuados y esto no les permite mejorar o incrementar las ventas o sus ingresos.

Por lo tanto consideramos esta una oportunidad, queremos introducir al mercado una empresa productora y comercializadora de ropa para mujer tallas grande y de esta manera reducir el consumo de ropa extranjera reemplazando con producción textil netamente nacional.

Para entender de mejor manera lo que implica el proceso productivo nos hemos planteado un proyecto de: “IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MUJER TALLAS PLUS”, con La finalidad de conocer todos los factores internos y externos que involucra todo este proceso de producción; porque al hablar de micro, pequeñas y medianas empresas en el mundo es hablar de un tema que había sido relegado a un segundo plano por el temor a invertir y fracasar.

JUSTIFICACION:

Académica

Dentro de esta investigación se pretende poner en práctica los conocimientos profesionales que se han adquirido durante los años de formación académica dentro de la prestigiosa universidad nacional de Loja en la carrera de administración de empresas, con la finalidad de impartir tales conocimientos que contribuyan a la formación de una sociedad mejor.

Social

Mediante este proyecto se pretende aportar con la solución de algunos problemas presentes en nuestra sociedad, uno de ellos aportar con la creación de fuentes de trabajo, donde las personas puedan desarrollar sus habilidades tanto empíricas como profesionales, de esta formas ayudar a cada una a tener una vida digna propia y familiar.

Este proyecto se enfoca principalmente en aportar con la solución de las necesidades presentes, no atendidas correctamente en la industria de confección de prendas femeninas tallas grandes, dando una opción para su

satisfacción al momento de adquirir prenda a su medida logrando así una mejor sociedad.

Económica

Al ser un proyecto ambicioso, pretendemos no solo obtener un mejor nivel de vida de las personas que ejecutaremos este proyecto (directamente e indirectamente) sino que también sumar a la creciente economía local y de nuestro país.

Ambiental

Dentro de este proyecto se toma en cuenta muy cuidadosamente la responsabilidad ambiental que poseemos ,siendo este un recurso de gran impacto , esta empresa tomara las medidas de máxima seguridad que no afecte al medio ambiente a la tala de árboles (por su ubicación) a la contaminación del aire , a la comunidad por el ruido que pueda generar etc.

Como se dijo anteriormente nuestro anhelo es sumar en todas las áreas mencionadas anteriormente para un mejor estilo de vida, para una mejor sociedad y para un mejor país.

Objetivos

Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa textil productora y comercializadora de vestidos para mujer tallas plus (grandes) en la ciudad de Loja.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del sector textil en la confección de vestidos para mujer tallas plus (grandes) e la ciudad de Loja
- Determinar la oferta y la demanda de vestidos para mujer tallas plus (grandes) en la ciudad de Loja.

- Realizar un estudio técnico y organizativo, para la confección de vestidos para mujer tallas plus (grandes) en la ciudad de Loja.
- Realizar un estudio financiero y evaluación financiera para la creación de una empresa textil productora y comercializadora de vestidos para mujer tallas grandes en la ciudad de Loja.

METODOLOGÍA

Materiales y métodos

Para la elaboración del presente trabajo de Tesis se utilizó los siguientes materiales, métodos, técnicas y procedimientos tales como:

Materiales

Los suministros utilizados son: carpetas, esferos, hojas A4 etc.

Material tecnológico: Portátil, CD, Flas memoria entre otros.

Material bibliográfico: Libros, Revistas etc.

MÉTODOS

Para el desarrollo de la tesis se aplicaron los siguientes métodos:

Deductivo: Se utilizó este método nos permitió que en base a la revisión de la literatura de trabajos ya realizados se fundamenta los siguientes estudios: estudio de mercado, técnico, organizacional, económico-financiero y la evaluación financiera que permitió determinar la factibilidad de proyecto para la creación de la empresa de vestidos talla plus.

Inductivo: Este método se utilizó para determinar las particularidades encontradas en el desarrollo del proyecto de inversión para la producción y comercialización de vestidos para mujeres tallas plus (tallas grandes), de la ciudad de Loja.

Método estadístico: Este método sirvió para representar, simplificar y poder analizar los datos obtenidos en las encuestas aplicadas.

Descriptivo – Analítico: Este método se utilizó durante el desarrollo de la investigación, y se realizó la recolección de la información necesaria para la elaboración del proyecto; la cual mediante las encuestas se puede determinar la oferta y la demanda y los gustos y preferencias de los posibles consumidores.

Técnicas

Teniendo como base a la técnica como el conjunto de instrumentos y medios que se encargan de cuantificar, medir y correlacionar datos, de tal grado que se pueda definir con estructura el proceso de investigación; gracias a su aplicación se obtuvieron los datos precisos para el desarrollo del Proyecto de Tesis, cuya información fue luego procesada para obtener resultados concretos del objeto de estudio; dentro de estas técnicas tenemos:

Observación Directa: se la utilizo para observar la existencia de una posible competencia ante este nuevo producto, así mismo conocer los requerimientos del consumidor y la materia prima que se requiere para la ubicación de esta nueva empresa.

Encuesta: Esta técnica permitió obtener información mediante la elaboración de un cuestionario de preguntas aplicadas a las mujeres de 15 a 64 años de edad de la ciudad de Loja.

Basándonos en datos del Instituto Nacional de Estadísticas y censo de 2010, teniendo una población mujeres de 58.735, que fue proyectada para el año 2016 con una tasa de crecimiento de 2,65%.

Encuesta a los Oferentes: permitió conocer la información de los oferentes de vestidos talla plus de la ciudad de Loja, que según datos del Servicio de Rentas internas (SRI) del año 2016, existen 1141 locales dedicados a la confesión y venta de vestidos.

e.1.1 Población y Muestra

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) del año 2010, la población mujeres de 15 a 64 años es de 58.735 habitantes de la ciudad de Loja.

POBLACIÓN DE MUJERES ENTRE 15 A 64 AÑOS DE LA CIUDAD DE LOJA

Cuadro N° 3

AÑO	MUJERES
2.010	58.735

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La autora

Para el cálculo del tamaño de la muestra, primeramente se ha proyectado la población de mujeres en base a la tasa de crecimiento poblacional de 2.65 % proporcionada por el INEC.

PROYECCION DE LA POBLACION DE MUJERES.

Datos:

Población mujeres de 15 a 64 años (2010)= 58.735

Tasa de incremento: 2,65 % / 100 = 0,0265

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

$$Pf = 58.735(1 + 0,0265)^6$$

$$Pf = 58.735 (1,0265)^6$$

$$Pf = \mathbf{68.715 \text{ MUJERES}}$$

Cuadro N° 4

PERIODO	AÑO	POBLACIÓN (15 a 64 Años)
0	2.010	58.735
1	2.011	60.291
2	2.012	61.889
3	2.013	63.529
4	2.014	65.213
5	2.015	66.941
6	2.016	68.715

Fuente: Censo 2010 INEC.

Elaboración: La autora

A continuación se determinó la población de estudio para la vida útil del proyecto, tomando en cuenta la población proyectada del 2016.

CUADRO N°5

POBLACIÓN DE ESTUDIO PROYECCIÓN 2021		
PERIODO	AÑO	POBLACIÓN MUJERES
		(15 a 64 Años)
Tasa de crecimiento = 2, 65%		
0	2.016	68.715
1	2.017	70.536
2	2.018	72.405
3	2.019	74.324
4	2.020	76.293
5	2.021	78.315

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: La Autora

Obtención del Tamaño de la Muestra

Con el fin de saber la cantidad de encuestas que serán aplicadas a las mujeres entre 15 a 64 años, se determina el tamaño de muestra, así mismo obtener la información que permita realizar un análisis del tema objeto en estudio.

La muestra resultara de la utilización de la siguiente fórmula:

<p>DÓNDE:</p> <p>n = tamaño de la muestra</p> <p>N = tamaño de la población</p> <p>Z = Distribución normalizada.</p> <p>Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%</p> <p>E = margen de error deseado</p>

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

$$n = \frac{68.715(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(68.715 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{68.715(3,8416)(0,25)}{68.714(0,0025) + (0,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{68.715(0,9604)}{171,79+0,9604}$$

$$n = \frac{65.993,88}{172,75}$$

n = 382 Encuestas.

Muestra de los oferentes

Según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) del año 2016, existen 1.141 locales dedicados a la confección y venta de vestidos.

$$\frac{N.Z^2.P.Q}{(N-1)E^2+Z^2.P.Q}$$

$$n = \frac{1.141(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(1141 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1.141(3,8416)(0,25)}{1.140(0,0025) + (0,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{1.141(0,9604)}{2,85+0,9604}$$

$$n = \frac{1.095,82}{3,81}$$

n = 288 Encuestas.

Procedimiento

Una vez calculado la muestra se procedió a ejecutar las encuestas; este consiste en sectorizar los diferentes barrios de cada parroquia de acuerdo a la población de cada uno de las mismas, determinando en números de calles que se escogió de acuerdo a la distribución obtenida por el municipio de Loja, Después se aplicaron 382 encuestas a las mujeres de 15 a 64 años de la ciudad de Loja.

Para establecer la oferta se procedió a ejecutar las encuestas a los propietarios de 288 locales de la ciudad, dedicados a la venta de vestidos.

Obteniendo la información primaria se procedió a su tabulación, análisis y presentación a través de cuadros y gráficos estadísticos que permitan una mayor comprensión de los resultados y la determinación de la demanda insatisfecha del producto, posterior se ejecutó la estructuración del Estudio Técnico, con la finalidad de establecer el tamaño (capacidad instalada y utilizada) y la localización (macro y micro localización) en base a los datos obtenidos de la demanda insatisfecha que la empresa desea cubrir, también la Ingeniería del Proyecto se procedió a detallar el proceso de producción, tiempos y recursos necesarios, además se indicaron los equipos, maquinaria, materia prima, recurso humano, etc., a utilizarse y la distribución física de la planta, elementos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa. En el Estudio organizacional, se puntualiza la organización legal de la empresa, la estructura empresarial (niveles jerárquicos), organigrama estructural, funcional, posicional y el manual de funciones, en el que se especifica las obligaciones que deben cumplir cada uno de los integrantes de la empresa.

En la parte financiera se establecieron las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, y la fuente de financiamiento, se calcularon los costos fijos, variables y totales que permitieron obtener el costo unitario total al que se le aumentó un margen de utilidad que permita obtener beneficios a los inversionistas.

En base a la información financiera se realizó el flujo, se constituye en la base para el cálculo del valor actual neto, el periodo de recuperación del capital, la relación beneficio costo, la tasa interna de retorno y el análisis de sensibilidad que permite determinar la factibilidad financiera de la ejecución del proyecto.

I) INDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a) TEMA.....	1
b) RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c) INTRODUCCIÓN.....	6
d) REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e) METODOLOGÍA.....	43
f) RESULTADOS.....	49
g) DISCUSIÓN.....	68
h) CONCLUSIONES.....	158
i) RECOMENDACIONES.....	159
j) BIBLIOGRAFÍA.....	160
k) ANEXOS.....	163
l) INDICE.....	176