



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de
confección de ropa casual juvenil en la línea de hoodies unisex en la
ciudad de Loja, 2022.**

**Trabajo de Titulación previa a la obtención
del título de Ingeniera en Administración de
Empresas**

AUTORA:

Patricia Verónica Calderón Calderón

DIRECTOR:

Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg.

Loja - Ecuador

2022

Certificación del trabajo de Titulación

Loja, marzo de 2022

Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán. Mg.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certifico:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del trabajo de Titulación del grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA CASUAL JUVENIL EN LA LÍNEA DE HOODIES UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA 2022.”**, de autoría de la estudiante Patricia Verónica Calderón Calderón, previa a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.



Firmado electrónicamente por:
**RAUL ERNESTO
CHAVEZ GUAMAN**

Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán. Mg.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, Patricia Verónica Calderón Calderón, declaro ser autora del presente trabajo de titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo de titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma

Cédula de Identidad: 1105781700

Fecha: 13 de junio del 2022

Correo electrónico: patricia.calderon@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0985107304

Carta de autorización

Carta de autorización de tesis por parte de la autora para la consulta, reproducción parcial y total y la publicación electrónica del texto completo.

Yo, Patricia Verónica Calderón Calderón declaro ser autora del trabajo de titulación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA CASUAL JUVENIL EN LA LÍNEA DE HOODIES UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA, 2022”**, como requisito para optar por el grado de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de de titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los trece días del mes de junio del dos mil veintidós.

Firma:

Autora: Patricia Verónica Calderón Calderón

Cédula: 1105781700

Correo electrónico: patricia.calderon@unl.edu.ec

Dirección: Belén; Av. Isidro Ayora. **Celular:** 0985107304

DATOS COPLEMENTARIOS

Director del trabajo de titulación: Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg.

Tribunal de Grado

Presidente del tribunal: Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz M.A.E.

Vocal del tribunal: Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva, PhD.

Vocal del tribunal: Ing. Jimena Elizabeth Benítez Chiriboga, Mg.

Dedicatoria

Dedico el presente proyecto investigativo primeramente a mis padres Sulmer Calderón y Ercilda Calderón, a mi sobrino Iker Cando; abuelos Piedad Díaz, Miguel Calderón, Efigenia Calderón, Edgar Calderón y Bisabuela Encarnación Montesdeoca por brindarme siempre apoyo y ser una de mis razones para seguir en este camino universitario.

A mis hermanas Andrea Calderón e Isabel Calderón por siempre apoyarme incondicionalmente con sus consejos y apoyo moral.

A mí por ser siempre capaz de seguir y finalmente demostrarme a mí misma que puedo lograr muchas cosas que proponga con esfuerzo y dedicación.

A mis compañeros y amigos del paralelo “A” por ser siempre un apoyo en los buenos y malos momentos vividos juntos.

Patricia Verónica Calderón Calderón

Agradecimiento

Al dar por finalizado el presente proyecto y a la vez esta etapa de mi vida, quiero dejar plasmado en el presente documento mis agradecimientos en primer lugar a mí misma por nunca darme por vencida durante este duro camino universitario, por creer en mí y en mis capacidades, en segundo lugar quiero agradecer a Dios por darme la fuerza y sabiduría necesaria para seguir en este arduo camino, a mis padres, hermanas, sobrino y abuelos por siempre alentarme y apoyarme tanto emocional como económicamente.

A mis compañeros ahora amigos del paralelo “A” por todos los buenos y malos momentos vividos en los que aprendimos a seguir adelante a pesar de las dificultades en especial quiero agradecer a Juan Vélez, Yajaira Castillo, Efraín Chimborazo, Daniel Jumbo, Víctor Cuenca, Yossi Peralta, Byron Silva, María Quintuña, James Roblez, Jessica Rojas, Lastenia Cueva y Johanna Benítez que fueron más que compañeros y amigos un apoyo para no desistir cuando mi vida personal y estudio se cruzaron he hicieron difícil mi camino.

Quiero agradecer infinitamente también a la Ing. Rocío Toral y al Ing. Raúl Chávez por su paciencia y sabiduría en la dirección de este proyecto.

Y, por último, pero no menos importante, quiero agradecer a la Universidad Nacional de Loja, a la carrera de Administración de empresas en especial a las Autoridades y Docentes de la Carrera de por sus valiosos conocimientos y sabiduría impartidos hacia mí y gracias a ello conseguir ser una futura profesional.

Patricia Verónica Calderón Calderón

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación del trabajo de Titulación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xv
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción.	4
4. Marco teórico.....	7
4.1. Marco referencial	7
4.2. Marco teórico	10
4.2.1. Industria de la confección de ropa en ecuador.....	10
4.2.2. Proyectos de inversión	12
4.2.3. Estudio De Mercado	12
4.2.4. Estudio técnico.....	14
4.2.5. Estudio legal y administrativo	17
4.2.6. Estudio financiero	23
4.2.7. Evaluación financiera.....	30
4.3. Marco conceptual	36

5.	Metodología.....	40
5.1.	Materiales.....	40
5.2.	Métodos.....	40
5.2.1.	Técnicas.....	42
6.	Resultados.....	48
6.1.	Estudio De Mercado.....	48
6.1.1.	Procedimiento.....	48
7.	Discusión.....	79
7.1.	Análisis de la demanda.....	79
7.1.1.	Demanda Potencial.....	80
7.1.2.	Demanda Real.....	81
7.1.3.	Demanda Efectiva.....	82
7.2.	Análisis de la oferta.....	83
7.3.	Demanda Insatisfecha.....	84
7.4.	Plan De Comercialización.....	85
7.4.1.	Producto.....	85
7.4.2.	Precio.....	87
7.4.3.	Plaza.....	88
7.4.4.	Publicidad.....	88
7.4.5.	Promoción.....	90
7.5.	Estudio Técnico.....	90
7.5.1.	Tamaño de la empresa.....	90
7.5.2.	Localización.....	92
7.5.3.	Ingeniería Del Proyecto.....	94
7.6.	Estudio Administrativo y Legal.....	102

7.6.1.	Forma jurídica de constitución.....	102
7.6.2.	Tipo legal de empresa	103
7.6.3.	Modelo de acta constitutiva	103
7.6.4.	Base Filosófica.....	114
7.6.5.	Estructura Organizativa	115
7.7.	Estudio Financiero.....	127
7.7.1.	Inversiones	127
7.7.2.	Análisis De Costos	152
7.7.3.	Presupuestos De Ingresos	154
7.7.4.	Clasificación De Costos	158
7.7.5.	Punto De Equilibrio	161
7.7.6.	Estado De Perdida Y Ganancias	166
7.8.	Evaluación Del Proyecto.....	167
7.8.1.	Flujo de caja.....	167
7.8.2.	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	168
7.8.3.	Valor Actual Neto (VAN).....	169
7.8.4.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	170
7.8.5.	Período De Recuperación De Capital (PRC)	172
7.8.6.	Relación Beneficio/ Costo (RBC).....	173
7.8.7.	Análisis De Sensibilidad	174
8.	Conclusiones.....	177
9.	Recomendaciones.	179
10.	Bibliografía.	180
11.	Anexos.	184
11.1.	Anexo 1. Resumen del anteproyecto.	184

11.2.	Anexo 2. Encuesta a los jóvenes de Loja de entre 20 a 34 años.	191
11.3.	Anexo 3. Encuesta a oferentes de la ciudad de Loja	195
11.4.	Anexo 4. Entrevista aplicada a proveedor de telas	198
11.5.	Anexo 5. Entrevista al proveedor hilo y cordones.....	201
11.6.	Anexo 6. Oficio de aprobación de trabajo de titulación	204
11.7.	Anexo 7. Oficio de designación de director de titulación	205
11.8.	Anexo 8. Oficio de certificación tribunal y aprobación tesis.	206
11.9.	Anexo 9. Certificado de Inglés	207

Índice de tablas

Tabla 1.	Proyección de la población	44
Tabla 2.	Distribución muestral.....	45
Tabla 3.	Proveedores de materia prima.....	46
Tabla 4.	Población de Oferentes	47
Tabla 5.	Edad de los encuestados	49
Tabla 6.	Genero de los jóvenes encuestados.....	50
Tabla 7.	Sector de trabajo de los encuestados.....	51
Tabla 8.	Ingresos que perciben los encuestados	52
Tabla 9.	Gusto de los encuestados por las hoodies	53
Tabla 10.	Uso de hoodies en los encuestados	54
Tabla 11.	Razones por las que compran las hoodies los encuestados	55
Tabla 12.	Cantidad de hoodies que compran anualmente.....	56
Tabla 13.	Tipo de hoodies que usan los encuestados.....	57
Tabla 14.	Aspectos de compra importantes al momento de la compra	58
Tabla 15.	Estilo de hoodie que usan los encuestados	59

Tabla 16. Talla de hoodie que utilizan con frecuencia los encuestados	60
Tabla 17. Colores que prefieren los encuestados.....	61
Tabla 18. Promedio que invierte en la compra de una hoodie.....	62
Tabla 19. Lugar en que compran hoodies los encuestados.....	63
Tabla 20. Tipo de promoción que han recibido al momento de la compra	64
Tabla 21. Medios por los que se enteraron donde venden hoodies	65
Tabla 22. Disposición para comprar en caso de implementarse la empresa.....	66
Tabla 23. Promociones que le gustaría recibir a los encuestados	67
Tabla 24. Medios por los que les gustaría a los encuestados recibir información de la empresa.....	68
Tabla 25. Empresas distribuidoras y comercializadoras.....	69
Tabla 26. Empresas que distribuyen, importan o venden hoodies.....	70
Tabla 27. Cantidad de hoodies que venden diariamente.....	71
Tabla 28. Precio de venta de las hoodies	72
Tabla 29. Talla de hoodies que se venden frecuentemente.....	73
Tabla 30. Medio de comunicación que utiliza para la empresa.....	74
Tabla 31. Horario en el publican las empresas su publicidad.....	74
Tabla 32. Promociones que realizan las empresas encuestadas.....	75
Tabla 33. Proyección de la población	80
Tabla 34. Demanda Potencial	81
Tabla 35. Demanda Real.....	81
Tabla 36. Demanda Real por tallas	82
Tabla 37. Demanda Efectiva.....	82
Tabla 38. Oferentes de la ciudad de Loja	83
Tabla 39. Estimación de la oferta	84
Tabla 40. Demanda Insatisfecha	84

Tabla 41. Presupuesto de embalaje	87
Tabla 42. Presupuesto de publicidad	89
Tabla 43. Presupuesto de publicidad	90
Tabla 44. Capacidad Instalada	90
Tabla 45. Capacidad Utilizada.....	91
Tabla 46. Porcentaje de capacidad utilizada	91
Tabla 47. Porcentaje de participación en el mercado	92
Tabla 48. Componente Tecnológico	95
Tabla 49. Distribución física de la empresa.....	97
Tabla 50. Propuesta de diseño del producto	98
Tabla 51. Proceso productivo para confeccionar una hoodie	99
Tabla 52. Flujograma de procesos para la producción de una hoodie	100
Tabla 53. Descripción de figuras de flujograma.....	101
Tabla 54. Balance de Materia Prima.....	102
Tabla 55. Integración del capital la Compañía de Responsabilidad Limitada.....	111
Tabla 56. Propuesta de manual de funciones del Presidente	120
Tabla 57. Propuesta de manual de funciones del Gerente General.....	121
Tabla 58. Propuesta de manual de funciones del Asesor Jurídico.....	122
Tabla 59. Propuesta de manual de funciones del Contador	123
Tabla 60. Manual de funciones del operario.....	124
Tabla 61. Propuesta de manual de funciones del Ayudante	125
Tabla 62. Propuesta de manual de funciones del vendedor.....	126
Tabla 63. Maquinaria y equipo	128
Tabla 64. Muebles y enseres	128
Tabla 65. Muebles y enseres para administración	129

Tabla 66. Muebles y enseres para ventas.....	129
Tabla 67. Equipo de Computo	130
Tabla 68. Reinversión de Equipo de computo	130
Tabla 69. Equipo de computo	131
Tabla 70. Resumen de Inversiones de los Activos Fijos	131
Tabla 71. Depreciaciones.....	132
Tabla 72. Activos Diferidos.....	132
Tabla 73. Materia prima directa.....	133
Tabla 74. Balance de materia prima de la tela fleece perchado.....	134
Tabla 75. Balance de materia prima de la tela rib.....	135
Tabla 76. Mano de obra directa	136
Tabla 77. Materia prima indirecta.....	136
Tabla 78. Balance materia prima indirecta	137
Tabla 79. Servicios Básicos	138
Tabla 80. Distribución de los servicios básicos	138
Tabla 81. Implementos para la producción.....	139
Tabla 82. Arriendo	139
Tabla 83. Distribución del arriendo	140
Tabla 84. Insumos de producción	140
Tabla 85. Implementos de seguridad	141
Tabla 86. Útiles de limpieza para producción	141
Tabla 87. Indumentaria para el personal de producción	142
Tabla 88. Suministros de oficina	142
Tabla 89. Sueldos y Salarios.....	143
Tabla 90. Honorarios profesionales	143

Tabla 91. Útiles de limpieza para administración.....	144
Tabla 93. Embalaje	145
Tabla 94. Presupuesto de Marketing.....	146
Tabla 95. Útiles de limpieza para ventas.	146
Tabla 96. Suministros de oficina para ventas	147
Tabla 97. Resumen de Inversión en Capital de Trabajo	147
Tabla 98. Resumen del total de Inversiones	149
Tabla 99. Financiamiento.....	149
Tabla 100. Detalle de crédito	150
Tabla 101. Método Alemán	150
Tabla 102. Amortización del crédito	150
Tabla 103. Presupuestos proformados	152
Tabla 104. Precios de venta	155
Tabla 105. Ingresos por tallas	156
Tabla 106. Ingresos por ventas al por mayor.....	157
Tabla 107. Ingresos totales	157
Tabla 108. Clasificación de los costos.....	159
Tabla 109. Punto de Equilibrio	161
Tabla 110. Estado de pérdidas y ganancias	166
Tabla 111. Flujo de caja.....	167
Tabla 112. Tasa Mínima Aceptable	169
Tabla 113. Valor Actual Neto (VAN).....	170
Tabla 114. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	171
Tabla 115. Período de Recuperación del Capital (PRC).....	172
Tabla 116. Relación Beneficio/Costo (RBC).....	173

Tabla 117. Análisis de Sensibilidad con la disminución de 5,95% en ingresos175

Tabla 118. Análisis de Sensibilidad con el aumento del 6,88% en los costos.....176

Índice de figuras

Figura 1. Edad de los encuestados50

Figura 2. Género de los encuestados.....51

Figura 3. Sector en el que trabajan los encuestados.....52

Figura 4. Ingresos que perciben los encuestados53

Figura 5. Gustos de los encuestados por las hoodies54

Figura 6. Uso de las hoodies en los encuestados55

Figura 7. Razones por las que compran las hoodies los encuestados56

Figura 8. Cantidad de compra de hoodies al año57

Figura 9. Tipo de hoodies que usan los encuestados58

Figura 10. Aspectos importantes al momento de la compra59

Figura 11. Estilo de hoodie que usan los encuestados60

Figura 12. Colores que prefieren los encuestados61

Figura 13. Promedio que invierte en la compra de una hoodie62

Figura 14. Lugar donde compran las hoodies los encuestados63

Figura 15. Tipo de promoción que han recibido al momento de la compra64

Figura 16. Medios por los que se enteraron por donde vende hoodies.....65

Figura 17. Disposición para comprar en caso de implementarse la empresa66

Figura 18. Promociones que le gustaría recibir a los encuestados.....67

Figura 19. Medios por los que les gustaría a los encuestados recibir información de la empresa68

Figura 20. Empresas que distribuyen, importan o comercializan hoodies70

Figura 21. Cantidad de hoodies que venden diariamente71

Figura 22. Precio de venta de las hoodies.....72

Figura 23. Talla de hoodies que se venden frecuentemente	73
Figura 24. Horario en el publican las empresas su publicidad	75
Figura 25. Promociones que realizan las empresas	76
Figura 26. Propuesta de Logotipo.....	85
Figura 27. Propuesta de diseño de productos.....	86
Figura 28. Propuesta de publicidad.....	89
Figura 29. Macro localización	92
Figura 30. Micro localización	93
Figura 31. Distribución física de la empresa	97
Figura 32. Propuesta de Organigrama Estructural.....	117
Figura 33. Propuesta de Organigrama Funcional	118
Figura 34. Propuesta de Organigrama Posicional.....	119
Figura 35. Punto de Equilibrio Año 1	162
Figura 36. Punto de equilibrio Año 3.....	164
Figura 37. Punto de equilibrio Año 5.....	165

1. Título

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA CASUAL JUVENIL EN LA LÍNEA DE HOODIES UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA, 2022”

2. Resumen

Actualmente la vestimenta ha tomado cada vez más relevancia entre la población juvenil, debido al auge de redes sociales, donde una de las prendas dominantes y básicas dictadas por la moda juvenil es las hoodies. Esta prenda en la ciudad de Loja es proveída por empresas radicadas en otras ciudades del país, es por ello que surge la presente investigación, que tiene como objetivo general “Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa casual juvenil en la línea de hoodies unisex en la ciudad de Loja, 2022”, que brinde hoodies de calidad, variedad de colores, diseños; y, además sean producidas localmente. En lo relacionado a objetivos específicos se planteó realizar un Estudio de Mercado; un Estudio Técnico; un Estudio Administrativo y Legal; un Estudio Financiero; y, una Evaluación Financiera.

Se trata de una investigación del tipo descriptiva, por ello utilizo métodos, técnicas e instrumentos de investigación para la recolección, análisis e interpretación de la información. Se efectuó una encuesta a 400 jóvenes de la ciudad de Loja en el rango de 20 a 34 años de edad.

Los resultados de esta encuesta determinaron en el estudio de mercado una demanda insatisfecha de 89.260 hoodies. En el estudio técnico, se estableció la localización, tamaño, capacidad instalada y utilizada; además de la infraestructura, distribución de la planta y el respectivo flujograma de procesos para confeccionar una hoodie.

En el estudio Legal y Administrativo se realizó el diseño organizacional, donde se determinó que la empresa se denominará “FOR US” y será constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada, se estableció los diferentes niveles jerárquicos con sus respectivos manuales de funciones; y, se determinó que el horizonte del proyecto será de 5 años a partir de su creación.

En el estudio financiero se definió los activos fijos, circulante y capital de trabajo necesarios para la implementación de la empresa que fue de \$ 20.912,48. En la evaluación financiera se obtuvo un TMAR de 19,54% , un VAN positivo de USD 33.154,48, una TIR de 79,46% que es mayor a la tasa de oportunidad; el período de recuperación de capital que es de 1 año, 10 meses y 6 días; y, la relación beneficio costo que es de 0,15 centavos de dólar por cada dólar invertido; el análisis de sensibilidad determino que el proyecto puede resistir una disminución en los ingresos del 5,95% y un incremento en los costos del 6,88%. Con esto se concreta que el proyecto es viable para su ejecución.

Palabras clave: Proyecto, Inversión, viabilidad

2.1. Abstract

These days, clothing has become increasingly relevant among the youth population, due to the rise of social networks, where one of the dominant and basic garments dictated by youth fashion is the hoodie. This garment in the city of Loja is provided by companies located in other cities of the country, that is why this research arises, which has as general objective " To conduct a feasibility study for the creation of a company for the manufacture of youth casual clothing line of unisex hoodies in the city of Loja, 2022", which provides quality hoodies, variety of colors, designs; and, in addition they are produced locally. Regarding specific objectives, a Market Study; a Technical Study; an Administrative and Legal Study; a Financial Study; and a Financial Evaluation were proposed.

This is a descriptive type of research, therefore I used research methods, techniques and instruments for the collection, analysis and interpretation of the information. A survey was made to 400 young adults in the city of Loja in the range of 20 to 34 years of age. The results of this survey determined in the market study an unsatisfied demand of 89,260 hoodies. The technical study established the location, size, installed and utilized capacity, infrastructure, plant layout, and the respective process flowchart for making a hoodie.

In the legal and administrative study, the organizational design was carried out, where it was determined that the company will be called "FOR US" and will be constituted as a Limited Liability Company, the different hierarchical levels were established with their respective function manuals, and it was determined that the project horizon will be 5 years from its creation.

The financial study defined the fixed assets, current assets and working capital necessary for the implementation of the company, which was \$ 20,912.48. The financial evaluation obtained a TMAR of 19.54%, a positive NPV of USD 33,154.48, an IRR of 79.46%, which is higher than the opportunity rate; the capital recovery period is 1 year, 10 months and 6 days; and the benefit-cost ratio is 0.15 cents for each dollar invested; the sensitivity analysis determined that the project can withstand a decrease in income of 5.95% and an increase in costs of 6.88%. This means that the project is viable for implementation.

Key words: Project, Investment, feasibility.

3. Introducción.

Con el auge de las redes sociales al punto de convertirse en el medio principal por el que se dictan las nuevas tendencias de moda en la población juvenil del país, surge la necesidad de aprovechar este auge por la moda juvenil convirtiéndose así en una gran oportunidad para los emprendedores del país que buscan brindar al público productos nuevos, innovadores y novedosos; y, así mediante estos emprendimientos contribuir a la disminución de las tasas de desempleo nacionales. La situación en la ciudad de Loja nos ajena a esta realidad nacional, sin embargo, cabe destacar que dentro la ciudad es poca la industria existente de productos de confección, siendo ésta una ciudad consumidora de lo que producen las demás ciudades del país, en este contexto se puede precisar que no existe dentro de esta misma ciudad industria de manufactura para el sector textil de confección, específicamente para la elaboración de ropa de vestir de origen Lojano. Dentro de este contexto de aprovechar estas nuevas oportunidades; y, ante la importancia del impulso del emprendimiento y la generación de la industria dentro de la ciudad de Loja nace el proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de confección de ropa juvenil casual en la línea de hoodies unisex de calidad, innovadoras y con marca 100% lojana, este proyecto se plantea con la finalidad de determinar la viabilidad, técnica además de operativa y rentable de esta empresa , permitiendo así mediante la misma la creación de fuentes de empleo y contribuir a la mejora de la calidad de vida de la localidad.

El presente trabajo se encuentra estructurado por los siguientes puntos:

El título de la presente investigación es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA CASUAL JUVENIL EN LA LÍNEA DE HOODIES UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA^{20, 22}”, está compuesta por un resumen del proyecto en los idiomas de castellano e inglés, a continuación, se presenta una introducción que muestra una visión general de la estructura del proyecto.

La revisión de literatura se compone de un marco referencial en base a estudios realizados por diversos autores sobre proyectos de inversión que fueron tomados como referencia para contrastar los resultados obtenidos en el presente proyecto; un marco teórico que se estructura de conceptos, definiciones, procesos y fórmulas dictados por diversos autores entendidos en el tema de lo que son proyectos de inversión, estos mismo sirvieron como guía y apoyo para el desarrollo de cada uno de los estudios requeridos por el proyecto; y el marco conceptual que está compuesto de palabras claves que facilitan el entendimiento del proyecto.

Los materiales y métodos hacen referencia a las herramientas e instrumentos usados durante la investigación; en lo referente a la metodología del proyecto, el tipo de investigación fue descriptivo, para lo cual se utilizaron métodos como el deductivo, estadístico, analítico, matemático y sintético, además, en los resultados se utilizó técnicas como la documental, la encuesta y la entrevista que permitieron la recolección, tabulación, análisis e interpretación de la información.

En la discusión se encuentra el Estudio de Mercado donde se determinó la demanda potencial, demanda real, demanda efectiva; y, demanda insatisfecha del proyecto. Por otro lado, también aquí se determinó la oferta y la participación el mercado de la empresa.

De igual forma, se realizó un plan de comercialización en el que se determina la marca del producto, empaque, etiqueta, estrategias de precio, estrategias de distribución, estrategias de promoción y estrategias de publicidad.

En el Estudio Técnico se aborda la capacidad instalada y utilizada de la empresa. Por otro lado, también se definió el lugar óptimo para el funcionamiento de la empresa en el Cantón Loja, se presenta una distribución física de la empresa mediante un gráfico, así mismo se realiza una representación gráfica del componente tecnológico requerido para las actividades de la empresa, así como también se presenta el flujograma de procesos que se llevara a cabo para la producción de la empresa.

En el Estudio Legal y Administrativo se establece la constitución legal de la empresa, conformándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada y también constan los requisitos para su funcionamiento, en lo referente a lo administrativo se presenta la base filosófica de la empresa. Y, finalmente constan los organigramas estructural, funcional y posicional junto con los manuales de funciones para cada uno de los puestos de trabajo de la empresa.

En el Estudio financiero se determinó la inversión total que requerirá el proyecto distribuido en activos fijos, activo circulante y capital de trabajo necesarios para el funcionamiento de la empresa. De igual manera, se presenta las fuentes de financiamiento de esta inversión, luego, se aborda el costo total de producción anual con el cual se obtiene un costo unitario de producción, para posteriormente, obtener los precios de las diferentes tallas del producto y el precio al intermediario. Y, por último, se presenta el ingreso por ventas y la utilidad líquida del proyecto.

Se realizó la Evaluación financiera con la finalidad de conocer la viabilidad del proyecto mediante los indicadores como el análisis de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR); el período de recuperación de capital (PRC); la relación beneficio costo (RBC); y, el análisis de sensibilidad en incremento en costos y disminución en ingresos los cuales mostraron la viabilidad del proyecto para su ejecución.

Posteriormente, se presentan las conclusiones y recomendaciones al terminar el proyecto, las mismas se sintetizan de tal forma que muestran los aspectos más destacados del proyecto de investigación.

A continuación, se realizó la Bibliografía de la presente investigación, luego se presenta los anexos que se muestran como apoyo y soporte para una mejor comprensión del proyecto.

4. Marco teórico.

4.1. Marco referencial

(Muñoz & Restrepo, 2015) en su investigación relacionada al “estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Pereira” manifiesta que la metodología, que se utilizó en la presente investigación fue del tipo explorativa que consistió en explorar e indagar a partir de diferentes técnicas investigativas, administrativas, de gestión, entre otras características que permitieron como primer aspecto, diseñar un modelo de negocio adecuado, y por otra parte participar en la construcción del estado del arte de proyectos relacionados con el tema central del presente proyecto, dentro de este marco mediante esta metodología se llevó a cabo la realización de un estudio mercado, un diseño de un modelo administrativo y organizacional, un diseño de esquema técnico, un estudio financiero y el diseño de un modelo de negocio.

Por consiguiente, los resultados obtenidos muestran que, al analizar el mercado objetivo en la ciudad, se encuentra que las mujeres a la hora de tomar la decisión de comprar una prenda de vestir, se fijan principalmente en las características de diseño, verificando que sea el estéticamente adecuado para ellas. Así mismo, se determinó que las clientas potenciales en su mayoría realizan las compras en puntos de venta ubicados en centros comerciales; con esta información se definió que el aspecto estratégico de los productos ofrecidos, será ofrecer un diseño exclusivo además de ser distribuidos al mercado a través de almacenes propios ubicados en los principales centros comerciales de la ciudad. Por otro lado, al realizar la evaluación financiera del proyecto, los indicadores de VAN y TIR arrojan unos valores que indican desde el punto de vista financiero, la viabilidad de la puesta en marcha del negocio. El resultado arroja una TIR con número negativo demostrando que el proyecto es muy poco atractivo desde la perspectiva de la inversión, lo que quiere decir que en realidad el plan de negocio no resulta viable.

El trabajo expuesto anteriormente permitirá realizar la constatación de los resultados de la investigación objeto de estudio con los resultados del trabajo analizado.

(Benavides, 2014) en su investigación denominada “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora al por mayor de chompas casuales para jóvenes en el sur de Quito”.

La metodología de esta investigación tiene un enfoque cualitativo que consistió en recabar datos e información, a través de un sondeo mediante una encuesta dirigida a familias que visitan los centros comerciales, obteniendo con esto información sobre los problemas y situaciones que estaban creando perturbaciones en el mercado. Por otro lado, se hizo uso de una investigación descriptiva, que consistió en entrevistas que permitieron conocer claramente el perfil del cliente potencial del proyecto planteado. Y, además, se realizó una investigación explicativa realizando una indagación que permitió descubrir cuales son las actitudes y comportamientos que toman los consumidores potenciales. Siguiendo esta línea, se procedió a realizar una investigación de mercados, un estudio técnico, un estudio legal y organizacional, un estudio financiero, y una evaluación social y ambiental.

Los resultados encontrados señalaron que la industria textil ecuatoriana no logra satisfacer la demanda nacional, además, los indicadores macroeconómicos mostraron un aumento del poder adquisitivo en potenciales consumidores, lo que determina que la decisión de compra no está regida por el precio sino por factores como el diseño, marca y calidad que son en los que la empresa se enfocó. El cliente adquiere este tipo de productos principalmente en centros comerciales y otros lugares de concentración de comerciantes. Por otro lado, el proyecto presentó indicadores de factibilidad positivos tomando como base el VAN que revela un importe neto positivo, presentado también un ingreso adicional al año de \$ 106.000 USD, lo que significa que la empresa genera ganancias a sus inversores. La relación beneficio costo que presentó es de \$ 2,86 USD, lo que muestra que por cada dólar que se invierte el inversor gana \$1,86 USD. La inversión se recupera según el estudio durante el cuarto año de vida del proyecto y, por último, la TIR presentó un resultado positivo, es decir, que el costo actual está por debajo del costo máximo, lo que significa que el proyecto es viable.

Este trabajo expuesto se relaciona con el presente trabajo en desarrollo, debido a que abarca en su metodología la investigación cualitativa, descriptiva y explicativa en los distintos estudios como el de mercado, técnico, legal-organizacional, financiero, una evaluación legal y social, mediante estos se determinara la factibilidad del proyecto.

(Cabascango, 2012) en su investigación denominada “estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de chompas de tela polar flex, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.”

La metodología utilizada en el presente estudio en primer lugar fue la investigación

descriptiva mediante la aplicación de ciertas técnicas tanto primarias como secundarias, tales como: encuestas, entrevistas, observación, también se recurrió a la investigación documental mediante folletos, revistas, etc., en segundo lugar se procesó la información para determinar las características de oferta y demanda, para determinar la demanda insatisfecha del proyecto, datos que sustentan el estudio de mercado y financiero. En este contexto, se realizó un plan de negocios, un estudio de mercado, una evaluación y un análisis de la información, un estudio técnico, una evaluación financiera y una estructura organizativa del proyecto.

Los resultados del estudio mostraron que la chompa polar fabricada por artesanos otavaleños, es una prenda de vestir de alta demanda de clientes internos y externos de todas las edades, se logró determinar mediante el estudio técnico la ubicación más estratégica en donde se llevará a cabo la producción de la nueva unidad productiva, la estructura organizativa se determinó en base a las necesidades de la microempresa determinando niveles jerárquicos, responsabilidades y funciones para el talento humano de la misma, los indicadores financieros tales como el VAN, TIR, PRI Y C/B arrojaron valores positivos lo significa que el proyecto es viable, por último, se pudo definir que el impacto socio-cultural, económico y ambiental que genera el proyecto es aceptable y que no perjudica al sector donde se lleva a cabo la propuesta. La investigación descrita anteriormente se relaciona con la investigación en desarrollo ya que usa una metodología descriptiva que permite llegar a la realización de los diferentes estudios de mercado, técnico, legal, administrativo, financiero, y de evaluación financiera, que se logra obtener mediante los mismos resultados importantes para la determinación de la factibilidad del proyecto.

(Lanche, 2016) en su investigación titulada “proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de confección y comercialización de ropa antialérgica para bebés de 0 a 6 meses de edad en la ciudad de Loja”.

Se utilizó el método deductivo, que fue utilizado para el desarrollo del marco teórico, así como también se usó para conocer de forma oportuna y eficiente los resultados a través de la elaboración de los estados financieros que respaldan la situación financiera del proyecto. Así mismo, se utilizó el método inductivo que permitió la recolección de datos en base a la aplicación de los instrumentos de investigación llegando a la determinación de las conclusiones y recomendaciones; en base a la evaluación de la documentación. Con base en los métodos mencionados anteriormente se realizó un estudio de mercado, un estudio técnico, estudio

financiero, y una evaluación financiera del proyecto.

Los resultados obtenidos mostraron que en la ciudad de Loja no existe una empresa que se dedique a la confección y comercialización de ropa antialérgica para bebés, pero existen locales que se dedican a la venta de productos similares, en lo que se refiere a la capacidad de producción de la empresa, se determina que está en capacidad de producir de acuerdo a la mano de obra 4160 prendas anuales, de igual manera, en lo que respecta a la localización de la misma se definió que estará ubicada en el Centro de la Ciudad de Loja en la Calle Lauro Guerrero y Miguel Riofrío; en lo que se refiere a la ingeniería del proyecto se logró establecer que constará de cuatro departamentos: el administrativo, financiero, comercialización y producción; así como la estructura organizacional en la cual se describe el organigrama estructural, organigrama funcional, así como un manual de funciones en el cual se expone requisitos y las funciones a desempeñar en cada puesto de trabajo. Por otro lado, el proyecto presentó una inversión de \$24.420,36 USD, con un costo de producción del primer año de \$35.292,96 USD y un ingreso de \$ 47.645,50 USD; en lo que se refiere al punto de equilibrio presenta que en lo referente a ventas tendrá que tener \$31.030,74 USD que tendrá que obtener para ni pérdida ni ganancia, así mismo, en los resultados obtenidos los índices financieros presentaron un VAN de \$5.131,60 USD en lo que se refiere a la TIR fue de 24,39%; el Período de Recuperación de Capital se lo recuperará en 1 año 0 meses y 1 día, en la R/B muestra que por cada dólar invertido la empresa gana 0,39 centavos de dólar, y en el Análisis de Sensibilidad los costos se pueden incrementar en un 13,73% y en una disminución de ingresos del 10,29% que soporta el proyecto, lo que significa con toda esta información que el proyecto es factible.

La investigación descrita con anterioridad, se relaciona con el trabajo en desarrollo ya que utiliza metodologías importantes que ayudan a la determinación de los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo y financiero que son los estudios que ayudaran a determinar la factibilidad del proyecto.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Industria de la confección de ropa en Ecuador.

Cuando se hace referencia a la industria de la confección en Ecuador se hace alusión al sector que aporta el 7% del PIB del país de acuerdo a (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2021). Por otro lado, este sector constituye el segundo sector manufacturero que genera

más plazas de empleo a nivel nacional con una cifra aproximada de 158 000 personas empleadas en este sector de acuerdo al (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2022) .

4.1.1.1. Sistema artesanal

La confección en sí misma, se viene desarrollando a lo largo de su historia en el Ecuador de manera Artesanal, destacándose principalmente la realización de esta actividad en la región de la Sierra Ecuatoriana, con una participación en el mercado artesanal de confección a nivel nacional del 49,2% de acuerdo a cifras brindadas por la (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2021) dentro de esta región la provincia del Azuay tiene un registro de 556 artesanos confeccionistas que suponen una participación del 16,2%, la provincia del Pichincha presenta por otro lado un registro de 325 artesanos confeccionistas que representan una participación del 9,5%, la provincia de Imbabura presenta un registro de 156 artesanos confeccionistas con una participación del 4,6%, seguido se encuentra la provincia de Loja con un registro de artesanos confeccionistas de 129 con una participación del 3,8%, luego tenemos a la provincia de Bolívar con un registro de 105 artesanos confeccionistas con una participación del 3,1%, a continuación se encuentra la provincia de Chimborazo con un registro de 101 artesanos confeccionistas y una participación del 3,0%, sucesivamente se encuentra la provincia de Tungurahua con un registro de 73 artesanos confeccionistas con una participación del 2,1%, consecutivamente se encuentra la provincia del Carchi un registro de 66 artesanos confeccionistas con una participación del 1,9%, y por último, se encuentra la provincia del Cotopaxi con un registro de 57 artesanos confeccionistas con una participación de 1,7% estas cifras son brindadas por la AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador) , sin embargo, la región Costa destaca también en este ámbito debido a que en ella se encuentra el 47,3% del total de artesanos confeccionistas del país de acuerdo a la (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2021) constituyendo con esto el 96,5% del sector de confección en Ecuador dejando a la región del Oriente e Insular con un porcentaje de participación apenas entre las dos del 3,7% (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2021).

4.1.1.2. Concepto industria de la Confección

De acuerdo a (Alegsa, 2019) la confección es el arte de diseñar, cortar y coser tejidos, en muchos casos con fines comerciales. Este término se aplica principalmente a la confección de

vestidos de día y de noche, blusas, trajes de chaqueta de géneros finos, faldas y, en general, toda clase de conjuntos femeninos. Tal cometido corresponde específicamente a las modistas, aunque también los sastres pueden eventualmente ocuparse en la confección de trajes de chaqueta y abrigos de señora, especialmente si se trata de telas gruesas estambradas.

Tanto las industrias que se dedican a esta clase de actividades como las personas que confeccionan las prendas en su casa siguen laboriosos cánones, hasta el punto de que bien podemos referirnos a su ocupación como a un verdadero arte.

4.2.2. Proyectos de inversión

Los proyectos de inversión son considerados como un plan al que, si se le fija un monto económico y varios insumos de diferentes tipos, se obtendrá como resultado un bien o servicio que serán beneficiosos para la sociedad. (Baca, Evaluación de proyectos. Séptima edición, 2013)

Los pasos a seguir para la elaboración de un proyecto de inversión de acuerdo a (Flores U. J., 2017) son: La investigación preliminar, estudio de prefactibilidad y el estudio de factibilidad.

4.2.3. Estudio De Mercado

Escenario donde se reúnen los ofertantes con los demandantes de un determinado producto o servicio con el fin de generar un pacto respecto a la calidad, cantidad y precio de los mismos. (Baca, Evaluación de proyectos. Séptima edición, 2013)

4.2.3.1. Análisis de la Demanda

Se origina como una forma de determinación y medición de aquellas fuerzas que pueden perjudicar la demanda de un bien o un servicio del mercado, por otro lado, busca definir la probabilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Baca, Evaluación de proyectos. Séptima edición, 2013).

4.2.3.2. Demanda Potencial

Está constituido por el número de bienes y servicios que podrían ser demandados en un mercado determinado. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

4.2.3.3. Demanda Real

Está constituida por el número de bienes o servicios que se demandan en el mercado. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

4.2.3.4. Demanda Efectiva

Está constituido por el número de bienes o servicios que son demandados por el mercado ya que existen limitaciones resultantes de diferentes factores que impiden que logren obtener el producto, aunque lo deseen. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

4.2.3.5. Análisis de la oferta

Se define como oferta a la cantidad de un determinado bien, un producto o un servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios. (Córdoba, 2011).

4.2.3.6. Proyección de la oferta.

Al igual que la demanda aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como puede ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno. (Cordoba, 2011).

4.2.3.7. Plan de comercialización

4.2.3.7.1. Producto

Se lo denomina como aquello que las personas compran, es decir, es el elemento más visible del mix de marketing. Las decisiones de los clientes se pueden influir por medio de la variedad, el estilo y la presentación.” (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

4.2.3.7.2. Precio

Es el valor en unidades monetarias que debe entregarse por la adquisición de un bien o servicio. Es la única variable dentro del Marketing que genera ingresos y pueden variar sin anticipación. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

4.2.3.7.3. Plaza

La plaza es considerada como el sitio o lugar donde se lleva a cabo la producción, es decir, es el mismo lugar donde va a estar ubicada la empresa. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

4.2.3.7.4. Promoción

La promoción es considerada como aquel elemento que es utilizado para informar, persuadir y recordar al mercado sobre la empresa y/o sus productos o servicios. En si generalmente trata de influir. (Kotler, Bloom, & Hayes, 2004)

4.2.4. Estudio técnico

El estudio técnico es la siguiente etapa de los proyectos de inversión, en ella se consideran aspectos técnicos operativos indispensables para el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (Pasaca M. M., 2017).

4.2.4.1. Tamaño del proyecto

Hace alusión a la capacidad de producción de un bien o servicio que presentara la empresa durante el transcurso de tiempo que el proyecto esté en funcionamiento, dependiendo del tipo de proyecto. (Cordoba, 2011)

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera. (Sapag, 2011)

4.2.4.1.1. Capacidad teórica

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc. (Pasaca M. M., 2017).

4.2.4.1.2. Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. (Pasaca M. M., 2017).

4.2.4.1.3. Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de la demanda que se desea cubrir durante un periodo de tiempo determinado (Pasaca M. M., 2017).

4.2.4.2. Localización.

Es la ubicación geográfica del lugar donde se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado. (Pasaca M. M., 2017)

4.2.4.2.1. Macro localización

Se considera como macro localización a la ubicación donde estará localizada la nueva unidad productiva empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geofiguras y políticos. (Pasaca M. M., 2017)

Lo recomendable es abordar la dificultad desde un ámbito general (macro) para luego aplicarlo al caso específico requerido, es decir, partimos de lo general a lo particular o micro, es decir, país, provincia, cantón, parroquia, barrio. (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017)

4.2.4.2.2. Micro localización

En la micro localización se apoya preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) donde se indica el lugar exacto en el cual se implementará la nueva unidad productiva dentro de un mercado local. (Pasaca M. M., 2017)

4.2.4.2.3. Factores de Localización

Los factores de localización lo componen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa como la mano de obra, agua, energía eléctrica, servicio telefónico, internet, alcantarillado, vías, mercado, regulaciones legales, y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto. (Pasaca M. M., 2017, pág. 60).

4.2.4.3. Ingeniería Del Proyecto

La ingeniería del proyecto ajusta los recursos físicos para los requisitos que necesita de una óptima producción y se relaciona de manera esencial con el equipamiento, características y construcción de nave industrial, equipamiento y características del producto de la nueva unidad productiva. (Pasaca M. M., 2017, pág. 60)

4.2.4.3.1. Componente tecnológico

El componente tecnológico de acuerdo a lo manifestado por (Pasaca M. M., 2017, pág. 60) consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

4.2.4.3.2. Infraestructura física

“Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa de la nueva unidad productiva.” (Pasaca M. M., 2017, pág. 63)

4.2.4.3.3. Distribución de la planta

(Pasaca M. M., 2017, pág. 63) Es la distribución del área física de la unidad productiva, así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

4.2.4.3.4. Proceso de producción

De acuerdo a lo manifestado por (Pasaca M. M., 2017, pág. 65) el productivo es el proceso mediante el cual se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las etapas del proceso,

aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

4.2.4.3.5. Diseño del producto

El diseño del producto según (Pasaca M. M., 2017, pág. 65) debe ser elaborado de acuerdo a las características que el consumidor desea encontrar en el para lograr una satisfacción completa. Estas características pueden ser: componentes del producto, forma, medidas, presentación, unidad de medida y tiempo de vida.

4.2.4.3.6. Flujograma de proceso

(Pasaca M. M., 2017, pág. 66) menciona que el flujograma de proceso se establece como un instrumento mediante el cual se describe paso a paso cada una de las actividades que se realizan durante el proceso de producción de la nueva unidad productiva.

4.2.4.3.7. Balance de materiales

Constituye la cuantificación de la cantidad de materia prima que se requiere para la obtención de una unidad de producto, se lo realiza con la finalidad de presentar la inversión necesaria para dichos elementos (Pasaca M. , 2011).

4.2.5. Estudio legal y administrativo

Busca determinar la existencia de alguna restricción legal de un proyecto de inversión. (Sarmiento, y otros, 2017).

4.2.5.1. Base Legal

Permite definir la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, así como también lo referente a la utilización de productos, patentes entre otros aspectos legales. (Pasaca M. M., 2017, pág. 68).

Para que una empresa pueda constituirse y pueda llevar a cabo sus actividades debe presentar los siguientes requisitos legales exigidos por la ley:

4.2.5.1.1. Tipo de Compañía

(Pasaca M. M., 2017, pág. 69) Para formar la nueva unidad productiva de forma legal es necesario determinar qué tipo de organización jurídica se desea constituir ayudándose en lo

estipulado en la ley de acuerdo a qué tipo de compañías se pueden formar en el país, así como también la legislación tributaria que le corresponde. Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos se debe presentar los siguientes:

1. Acta Constitutiva
2. La razón social o denominación
3. Domicilio
4. Objeto de la sociedad
5. Capital social
6. Tiempo de duración de la sociedad
7. Administradores

4.2.5.1.2. Requisitos para la constitución

De conformidad con el Artículo 111 (Código orgánico de la producción comercio e inversiones, 2018) la sociedad comercial se constituye por escritura pública en la cual se requiere expresar:

1. El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documentos de identificación legal; con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia; La organización. 2) La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este Código; 3) El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución; 4) El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tengan una relación directa con aquél; 5) El capital social, la parte del mismo que suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución. En las sociedades por acciones deberá expresarse, además, el capital suscrito y el pagado, la clase y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que deberán cancelarse las cuotas debidas, cuyo plazo no podrá exceder de un año; 6) La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los

administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad; 7) La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia; 8) Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse; 9) La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma; 10) La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie; 11) Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores; 12) El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por la ley o por el contrato, a todos o a algunos de los asociados; 13) Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos, y 14) Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

4.2.5.1.3. Datos de identificación

Concluidos los trámites descritos anteriormente, en caso de sociedad, es conveniente identificar ésta con sus datos básicos. Los datos de identificación de la empresa son, entre otros, los siguientes:

- Razón social.
- RUC
- Forma jurídica: sociedad anónima, sociedad limitada, empresario individual, cooperativa, otras (sin especificar).
- Domicilio social.
- Capital social.
- % desembolsado.

- Ampliación prevista.
- Fecha de ampliación.
- Participación capital extranjero: No, Sí, Porcentaje, Nacionalidad.
- Relación de socios: Nombre y apellidos o razón social, RUC y porcentaje.
- Objeto social.
- Órganos de administración y gestión.

Al iniciarse el proceso de formulación y evaluación de un proyecto es necesario definir con claridad el aspecto legal alrededor del cual operará en sus diferentes etapas. (Código orgánico de la producción comercio e inversiones, 2018)

4.2.5.1.4. Administradores

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un término número de personas o una persona quien será quien responda por las acciones de la misma. (Código orgánico de la producción comercio e inversiones, 2018)

4.2.5.1.5. Filosofía Empresarial

La filosofía Organizacional constituye un sistema de ideas generales que son la base del comportamiento individual o colectivo de la empresa, es una construcción ideada de dentro hacia fuera de la organización, independiente del entorno externo, y está compuesta por los principios, valores y objetivos de su misión (Nosnik, 2005).

4.2.5.1.6. Misión

De acuerdo al aporte hecho por (Alcaraz, 2011) la misión de la empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo.

4.2.5.1.7. Visión

La visión de la empresa es una declaración que ve el futuro de la empresa y que ayuda a establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta. (Alcaraz, 2011)

4.2.5.1.8. Valores

Los valores corporativos son el conjunto de enunciados que reflejan los principios fundamentales bajo los cuales se debe manejar la empresa, orientan a las personas, proporcionan el logro de la misión, visión, facilitan la conducción de los cambios estratégicos, permiten identificar antivalores, aumentan la productividad” (Ferrer & Clemenza, 2003).

5.2.5.2.3. Objetivos

(Alcaraz, 2011) menciona que los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad. En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.

4.2.5.2. Estructura empresarial

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que ésta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos especialmente el talento humano sea manejado eficientemente, la estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompañan con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad. (Pasaca M. M., 2017, pág. 69)

4.2.5.2.1. Niveles jerárquicos de autoridad

(Pasaca M. M., 2017, págs. 69-70) menciona que en estos se encontraron definidos de acuerdo al tiempo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propios de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel legislativo-directivo**

Es el mismo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomaron el nombre de la junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tiempo de empresa bajo el cual se hayan constituido. (Pasaca M. M., 2017, pág. 70).

- **Nivel legislativo-directivo**

Es el mismo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomaron el nombre de la junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tiempo de empresa bajo el cual se hayan constituido. (Pasaca M. M., 2017, pág. 70).

- **Nivel ejecutivo**

En este nivel está conformado por el gerente-administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo-directivo y será responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial de deberá en gran medida a su capacidad de gestión. (Pasaca M. M., 2017, pág. 70)

- **Nivel asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones de un tratamiento especial. (Pasaca M. M., 2017, pág. 70)

- **Nivel de apoyo**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa. (Pasaca M. M., 2017, pág. 70)

- **Nivel operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo. (Pasaca M. M., 2017, pág. 70)

4.2.5.2.2. Organigramas

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran. (Franklin, 2004).

- **Organigrama estructural**

Se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma. (Franklin, 2004).

- **Organigrama funcional**

Se define como una representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general. (Franklin, 2004).

- **Organigrama posicional**

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

4.2.5.2.3. Manual De Funciones

Documento elaborado sistemáticamente en el cual se indican las actividades, a ser cumplidas por los miembros de un organismo y la forma en que las mismas deberán ser realizadas, ya sea conjunta o separadamente. (Vasquez, 1985).

4.2.6. Estudio financiero

Este estudio pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la 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. (Cordoba, 2011).

4.2.6.1. Inversiones del proyecto

Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo. (Cordoba, 2011)

4.2.6.1.1. Activos Fijos

Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc. (Cordoba, 2011)

4.2.6.1.2. Activos Diferidos

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc. (Cordoba, 2011)

4.2.6.1.3. Capital de trabajo inicial

El capital de trabajo está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. Su estimación se realiza basándose en la política de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas, etc. (Cordoba, 2011)

Es conveniente recordar varios aspectos: La inversión en capital de trabajo es una inversión de comienzos de período. Y por tanto, es un dinero que se va, pero regresa como una inversión. (Varela, 2008)

4.2.6.1.4. Inversión total

Aquí se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto. (Cordoba, 2011).

4.2.6.2. Financiamiento

De acuerdo (Burbano, 2011) una vez conocido el monto de inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

- Fuente interna, constituida por el aporte de los socios.
- Fuente externa, constituida por entidades financieras públicas y privadas.

4.2.6.3. Análisis de costos

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuado en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. (Pasaca M. M., 2017)

4.2.6.3.1. Costos de fabricación

Los costos de fabricación están formados por los siguientes elementos:

- **Costos directos de fabricación:** Incluyen la materia prima, los materiales y la mano de obra directa. (Morales & Morales, 2009, pág. 189)
 - ❖ **Materias Primas:** Comprende el valor en el que se incurre en la adquisición de insumos o material directo para la producción o fabricación. (Baca, Evaluación de proyectos. Séptima edición, 2013, pág. 140)
 - ❖ **Mano de obra:** La mano se divide en directa e indirecta, en el primer caso hace referencia a los trabajadores que interviene personalmente en el proceso de producción, mientras que, en el segundo caso, se refiere a la mano de obra que indirectamente influye en los procesos de producción ejemplo el jefe de producción entre otros. (Baca, Evaluación de proyectos. Séptima edición, 2013, pág. 140)
 - ❖ **Materiales directos:** por ejemplo, los empaques, el envasado, etc. (Morales & Morales, 2009, pág. 168)
- **Costos Indirectos De Fabricación:** Conocidos como gastos de fabricación y son aquellos que constituyen los elementos, o accesorios necesarios para la presentación final de las prendas.
 - ❖ **Materiales indirectos:** Se consideran materiales indirectos los consumos auxiliares o complementarios en la elaboración del producto final y que no se identifican físicamente en el mismo. (Morales & Morales, 2009, pág. 168)
 - ❖ **Mano de obra indirecta:** Comprende el trabajo de gerentes, supervisores y empleados, que dentro del proceso productivo no participan de manera directa en la elaboración del producto, pero son necesarios para ello. (Morales & Morales, 2009, pág. 168)
 - ❖ **Otros gastos indirectos:** Son todos aquellos desembolsos complementarios para la fabricación de productos y/o servicios. (Morales & Morales, 2009, pág. 168)

- **Costos totales de fabricación:** Son todos los costos que se llevan a cabo en el proceso de producción del bien.

4.2.6.3.2. Costos de operación

(Pasaca M. M., 2017, págs. 86-87) Comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.

- **Gastos administrativos:** Para el mejor desarrollo de la gestión se necesita coordinar en forma eficiente la labor de sus elementos productivos.
- **Gasto de ventas:** Estos gastos de venta son los que incurren la empresa para promocionar y distribuir efectivamente su producción.
- **Gasto financiero:** Son los intereses que se deben pagar por el capital obtenido en el préstamo, aquí se establecen los parámetros de tasa de interés y cuota de pago mensual trimestral, anual.
- **Costos totales de operación:** corresponde al total de la suma de los gastos administrativos, de ventas y financiero.
- **Costos totales:** Corresponde al total de la suma entre los costos de fabricación y los costos de operación.
- **Presupuesto Projectado:** Instrumento financiero que estima los ingresos que se obtendrán en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes los ingresos y egresos.

4.2.6.3.3. Depreciación de Activos Fijos

Se refiere a la utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa, al pasar el tiempo se desgastan y pierden sus características de funcionalidad y operatividad (Pasaca M. , 2011). Es importante mencionar que cada activo posee un tiempo de vida útil y un porcentaje de depreciación diferente al otro.

4.2.6.3.4. Amortización de Activos Diferidos

La amortización de los diferidos supone naturalmente la disminución del activo diferido, al tiempo que se debe reconocer el gasto o costo correspondiente del periodo (Pasaca M. , 2011).

4.2.6.3.5. Amortización de Capital

Se refiere al pago de un préstamo, de manera total o parcial, incluidos los intereses (Pasaca M., 2011).

4.2.6.4. Costo Unitario de producción

“El costo unitario es el resultado de dividir el costo total de producción para el número de productos fabricados” (Jiménez & Espinoza, 2011).

Formula:

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{Número de productos fabricados}}$$

4.2.6.5. Precio de Venta

“El precio de venta al público es la cantidad de dinero que paga un cliente por un producto o servicio”. (Jiménez & Espinoza, 2011). Para su determinación se utiliza la siguiente:

Fórmula:

$$\text{P.V.P} = \text{Costo Unitario de producción} + \text{Margen de utilidad}$$

4.2.6.6. Presupuesto de ventas

El Presupuesto de ventas es el cálculo aproximado para determinar cuál será el volumen de las ventas a los precios previamente determinados. (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017)

4.2.6.7. Clasificación de los costos

En todo proceso productivo los costos en que se incurren no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por esta razón, es necesario clasificarlos de acuerdo a su origen y naturaleza siendo estos: los costos fijos y variables (Pasaca, 2011).

4.2.6.7.1. Costos Fijos

Son los valores monetarios que la empresa incurre por el solo hecho de existir sin tomar en cuenta si hay o no hay producción (Pasaca, 2011).

4.2.6.7.2. Costos Variables

Son los valores monetarios que la empresa incurre en su función de su capacidad de producción, están estrechamente ligados a los niveles de producción de la empresa (Pasaca, 2011).

4.2.6.8. Punto de Equilibrio

De acuerdo a (Pasaca M. M., 2017) nos dice que 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, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

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

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

4.2.6.8.1. En función de las ventas

(Pasaca M. M., 2017) Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera, para el cálculo se aplica la siguiente formula:

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

Nomenclatura:

- PE=Punto de Equilibrio
- CFT=Costo Fijo Total
- 1=Constante Matemática
- CVT=Costo Variable Total
- VT=Ventas Totales

4.2.6.8.2. En función de la capacidad Instalada

(Pasaca M. M., 2017) , se basa en la capacidad del servicio que tiene la planta, determina la capacidad de porcentaje de capacidad la cual se puede servir y pueda generar un servicio que cubra los gastos y costos para su cálculo se aplica la siguiente formula:

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

Nomenclatura:

- PE=Punto de Equilibrio
- CFT=Costo Fijo Total
- 1=Constante Matemática
- CVT=Costo Variable Total
- VT=Ventas Totales

4.2.6.9. En función de la producción

(Pasaca M. M., 2017) Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta cubra los gastos.

$$PE = CVT / P_{vu} - C_{vu}$$

Nomenclatura:

- P_{vu}= Precio de venta unitario
- C_{vu}= Costo variable unitario
- CVT= Costo variable total
- N° = Número de unidades producidas

4.2.6.10. Estados Financieros proyectados

Conociendo las políticas financieras de la empresa, a partir de la información contenida en los diferentes presupuestos y teniendo como base los estados financieros históricos (si los hay), se elabora el estado de pérdidas y ganancias, el flujo de caja y el balance general para cada uno de los períodos de vida útil del proyecto.

4.2.6.11. Estado de pérdidas y ganancias

Este Tabla N° muestra, a nivel de causación, las utilidades producidas por la empresa en cada período de análisis. Básicamente, compara ingresos con costos y gastos en un período fiscal de la empresa. Adicionalmente, produce, como resultado, el valor de los impuestos de renta. El estado de resultados requiere una periodicidad diferente a la del flujo de caja. Se tiene que realizar sólo al final de cada ciclo tributario. (Varela, 2008)

Mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado. Como ingresos usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente, se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos. (Cordoba, 2011)

4.2.6.12. Flujo de Caja

Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero. (Cordoba, 2011)

De acuerdo (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017) No se consideran las depreciaciones, ya que no es un gasto que signifique salida de dinero.

- Se descuentan los valores para amortizar el crédito.
- Se descuenta el valor del préstamo, mismo que ya se refleja en los desembolsos de los gastos financieros anuales, así como en la amortización del capital anual.
- El resultado anual es el flujo de efectivo real que la empresa dispondría al final de cada año.

4.2.7. Evaluación financiera

Tiene como objetivo central determinar los principales indicadores de factibilidad del proyecto; hacer un análisis sobre los efectos que, según esos indicadores, tienen los cambios en las variables del proyecto; identificar variables y supuestos críticos para la factibilidad; y, en definitiva, dar una visión específica de la posibilidad del mismo. (Varela, 2008)

4.2.7.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Para adentrarnos a este tema debemos contextualizarnos a lo que es la inflación, que en sí representa la pérdida del valor del dinero con el paso del tiempo de acuerdo a (Baca, 2007), esto significa que puede afectar a las inversiones de los inversionistas valga la redundancia en sus distintos proyectos ya que los mismo buscan generar una rentabilidad y obtener un crecimiento económico sobre ese dinero invertido y que el mismo no pierda su valor debido a este fenómeno de la inflación que se produce en todos los países del mundo sin excepción alguna (Baca, 2007) .

Es por lo mencionado con anterioridad que generalmente se recomienda que cuando realizan proyectos de inversión y estos estén buscando apegarse a la más realidad posible no se haga uso de la tasa de interés que ofrecen los bancos ya que las mismas no representan la realidad de la inflación que puede afectar a la inversión, y entonces se sugiere que se haga uso para el cálculo del VAN el TMAR que es la tasa mínima aceptable de rendimiento a partir de la cual se tomara referencia para el cálculo del Valor Actual neto y la relación beneficio costo del proyecto.

Esta tasa mínima aceptable de rendimiento para su cálculo es necesario los datos de

- Tasa de interés activo promedio consumo que es dictada anualmente por el Banco Central del Ecuador
- Porcentaje del riesgo país
- Inflación anual

La fórmula para el cálculo de la TMAR es la siguiente:

- **TMAR = i + f + if**

Nomenclatura:

- ❖ **i** = Porcentaje de premio al riesgo se obtiene de la suma de la tasa de interés activo promedio consumo más el riesgo país
- ❖ **f** = Tasa de inflación Anual

Luego de obtenida la tasa de TMAR se procede a calcular la tasa TMAR final que se obtiene de la suma de TMAR GLOBAL que este caso esta última se obtiene de acuerdo a la siguiente

✚ Fórmula:

$$\text{TMAR GLOBAL} = (\% \text{ de financiamiento del capital propio} * \text{TMAR}) + (\% \text{ de financiamiento del capital externo} * \text{Tasa de interés activo promedio consumo})$$

Una vez calculada la tasa global se obtiene la tasa final TMAR que es la suma del TMAR GLOBAL como muestra la siguiente

- Fórmula:

$$i \text{ TMAR} = \Sigma \text{ TMAR GLOBAL}$$

Una vez obtenida esta tasa se procede a realizar el cálculo del VAN y el período de recuperación de capital que son los indicadores de evaluación financiera que necesitan esta tasa.

4.2.7.2. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es uno de los procesos que permite el cálculo del valor presente de una cantidad determinada de un número de flujos de caja futuros cuyo origen es debido a una inversión. El valor actual neto se obtiene de la sumatoria de flujos actualizados menos la inversión necesaria para el proyecto.

(Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017) Criterios de evaluación del VAN

- Si el VAN obtenido es mayor a cero, el proyecto se considera rentable
- Si el VAN obtenido es igual a cero significa que el proyecto ni pierde ni gana
- Si el VAN obtenido es menor a cero, el proyecto no es considerado rentable

Formula:

$$VAN = I_0 + \frac{\Sigma \text{Flujo de efectivo}}{(1 + i)^n}$$

Nomenclatura:

- Σ : suma de flujo de efectivo
- i : la tasa de descuento pertinente.
- n : el horizonte del proyecto.
- I_0 : la inversión inicial (las inversiones que se realizan en un período t están incluidas).

4.2.7.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno TIR, arroja la tasa de interés o tasa de rentabilidad que el proyecto presentara período a período durante todo el horizonte del proyecto (Cordoba, 2011).

Los criterios de evaluación de la Tasa Interna de Retorno (TIR) son de acuerdo a (Pasaca M. M., 2017)

- Si la TIR es mayor a la Tasa de Oportunidad es recomendable el proyecto
- Si la TIR es menor a la Tasa de Oportunidad, no es recomendable el proyecto
- Si la TIR es igual a la Tasa de Oportunidad el proyecto es indiferente, ya que cubre el costo de capital invertido.

Fórmula:

$$\text{TIR} = T_m + DT \frac{\text{VAN}_{T_m}}{\text{VAN}_{T_m} - \text{VAN}_{T_M}}$$

Nomenclatura

- T_m =tasa inferior
- DT = diferencia de tasas
- VAN_m = VAN Inferior
- VAN_M = VAN superior

4.2.7.4. Relación beneficio Costo

(Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017) La relación beneficio costo es un indicador que no mide la rentabilidad del proyecto, pero muestra la relación entre los beneficios o ingresos y los costos, en función del valor presente.

Criterios de evaluación de la Relación Beneficio / Costo (B/C):

- Si la Relación Beneficio / Costo (B/C) es mayor a 1, significa que el proyecto es rentable.
- Si la Relación Beneficio / Costo (B/C) es igual a 1, el proyecto es indiferente ni gana y pierde.
- Si la Relación Beneficio / Costo (B/C) B/C es menor a 1. El proyecto no es rentable.

Fórmula

$$\text{RBC} = \frac{\Sigma \text{Ingresos actualizados}}{\Sigma \text{Costos actualizados}}$$

Nomenclatura

- Σ Ingresos actualizados = Suma de los ingresos actualizados
- Σ Costos actualizados = Suma de los costos actualizados

4.2.7.5. Período de recuperación del capital

El período de recuperación de la inversión permite determinar el tiempo en cual se recupera la inversión, para lo cual se utilizan los flujos de caja generados durante el periodo de tiempo considerado, actualizados a la tasa de descuento. (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017)

Fórmula

$$\text{PRC} = a + \frac{b}{c}$$

Nomenclatura

- a = Año que supera la inversión
- b = Diferencia entre inversión y la suma de flujo hasta el año que supera la inversión
- c = Flujo del año que supera la inversión

4.2.7.6. Análisis de sensibilidad

(Pasaca M. M., 2017) El análisis de sensibilidad “es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.). Con la obtención de nuevos flujos de caja y también el nuevo VAN se podrá hacer el cálculo o mejora de las estimaciones respecto al proyecto que se pretende ejecutar. Análisis de Sensibilidad con incremento en los costos y disminución en los ingresos. Se obtiene la nueva tasa interna de retorno.

- Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno.

Fórmula:

$$\text{NTR} = T_m + D \left(\frac{\text{VAN}_{T_m}}{\text{VAN}_{T_m} - \text{VAN}_{T_M}} \right)$$

Nomenclatura

- T_m = Tasa menor
- D = Diferencia de tasas
- $VANT_m$ = Valor Actual Neto tasa menor
- $VANT_M$ = Valor Actual Neto tasa mayor

✚ Se encuentra la Tasa Interna De Retorno resultante.

Fórmula:

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

Nomenclatura

- $TIRO$ = TIR original o anterior
 - $NTIR$ = Nueva TIR
- ✚ Se calcula el porcentaje de variación

Fórmula

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

Nomenclatura:

- $TIRR$ = TIR resultante
- $TIRO$ = TIR original

✚ Se calcula el valor de sensibilidad

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

Nomenclatura

- $\% \text{ VARIACIÓN}$ = Porcentaje de variación
- $NTIR$ = Nueva TIR

4.2.7.6.1. Análisis de sensibilidad en Disminución en Ingresos

1. Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
2. Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.
3. Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:
 - a. Se obtiene la nueva tasa interna de retorno (NTIR).
 - b. Se encuentra la tasa interna de retorno resultante (TIR.R).
 - c. Se calcula el porcentaje de variación (% V).
 - d. Se calcula el valor de sensibilidad (S).

4.2.7.6.2. Análisis de sensibilidad en Incremento en Costos

1. Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de disminución de ingresos.
2. Para encontrar el porcentaje de disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.
3. Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:
 - a. Se obtiene la nueva tasa interna de retorno (NTIR).
 - b. Se encuentra la tasa interna de retorno resultante (TIR.R).
 - c. Se calcula el porcentaje de variación (% V).
 - d. Se calcula el valor de sensibilidad (S).

4.3. Marco conceptual

- **Hoodies**

De acuerdo a la definición brindada por la (Real Academia Española, 2021) la hoodie es un jersey o un tipo de chaqueta deportiva que a veces lleva capucha.

- **Tela Fleece perchado**

Este tipo de tela se caracteriza principalmente por ser un tejido de polialgodón que posee características térmicas perfecto para ser usado en las actividades físicas. (Textiles Tornasol, 2022)

- **Tela Rib**

Esta tela está compuesta por un 65% de algodón y 35% de poliéster se caracteriza por ser una tela suave además presenta una superficie acanalada. Es usada mayormente en la confección de puños, pretinas entre otros. (Casa Textil, 2022)

- **Lino**

Lino es un nombre común de una familia de plantas y especies de uno de sus géneros, ésta se cultiva mucho por sus fibras y semillas; de las fibras se obtienen los hilos y los tejidos de lino y de la semilla se extrae el aceite de linaza. El lino es una especie propia de regiones templadas que crece en una gama muy variada de condiciones de temperatura y humedad. (Lanche, 2016)

- **Algodón**

El algodón es una fibra natural que es obtenida del fruto de la planta de algodón y es empleado principalmente en la industria textil y se caracteriza por ser una fibra suave y esponjosa. (Diccionario del léxico de Oxford, 2022)

- **Prenda de vestir**

Las prendas de vestir comprenden toda clase de ropa de confección, ya sea tejida a punto de malla o hecha de géneros tejidos. (Lanche, 2016)

- **Cordones**

Cuerda generalmente redonda o achatada que está compuesta por fibra de lino, seda lana u otro material y es usado en la confección de chompas, calzado, etc. (Real Academia Española, 2021).

- **Molde**

Es un instrumento utilizado en la industria de la confección que sirve para a partir de la forma del molde dar forma a la tela que se va a utilizar para la producción de una determinada vestimenta. (Real Academia Española, 2021)

- **Diseñador (ra)**

(Lanche, 2016) Persona que se dedica profesionalmente al diseño de prendas de vestir.

- **Moda**

Uso, forma o costumbre que, durante determinado tiempo dominante en el mercado, se nota en prendas de vestir, telas, accesorios y complementos. (Lanche, 2016)

- **Sport**

(Lanche, 2016) Prendas de vestir cómodas, informales que dan la sensación de libertad.

- **Estilo**

Es el conjunto de rasgos característicos de una persona, lugar o cosa (Diccionario del léxico de Oxford, 2022)

- **Talla**

La RAE define “Talla” como “Medida convencional usada en la fabricación y venta de prendas de vestir.

- **Talla Plus**

Ropa de tamaño grande y extra grande, dirigida a personas anchas y algo subidas de peso. (Lanche, 2016)

- **Tendencia**

Es la propensión o inclinación que presenta una persona hacia una cosa. (Diccionario del léxico de Oxford, 2022)

- **Ropa Juvenil**

La ropa juvenil se caracteriza principalmente por ser un tipo de vestir de estilo desenfadado y siempre lleno de color. (Diccionario del léxico de Oxford, 2022)

- **Ropa Informal**

Aquella que se utiliza en contextos que no exigen el respeto de un código de vestimenta formal. (Lanche, 2016)

- **Maquina overlock**

Estas máquinas ayudan a que las costuras no se deshilen, además realizan puntadas sobre las costuras. (Gallegos, 2017).

5. Metodología.

5.1. Materiales

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes materiales:

- ✓ Computadora portátil
- ✓ Impresora
- ✓ Flash Memory
- ✓ Internet

5.2. Métodos

Para la realización del presente trabajo de investigación, se hizo uso de métodos y técnicas que sirvieron como herramientas importantes para recolección de información, es decir, se hizo uso en primer lugar de la investigación del tipo descriptiva, ya que mediante la misma se precisaron características específicas de la población objeto de estudio; en este contexto, esta investigación hizo uso también del enfoque cuantitativo, que sirvió para recabar datos de los demandantes, oferentes y proveedores del mercado lojano; mediante esta recolección de datos sobre los gustos y preferencias se hizo uso del método estadístico que convirtió estos datos en información que fue interpretada y analizada a través del uso del método analítico quien la convirtió en información relevante para la realización de los diferentes estudios necesarios para llegar a la ejecución de la evaluación financiera, que hizo uso del método matemático para determinar la viabilidad del proyecto en cuestión, finalizando con el uso del método sintético para la redacción de las conclusiones y recomendaciones. En este contexto, se detalla a continuación los métodos y técnicas utilizadas.

Los métodos que se utilizaron para el desarrollo del presente proyecto son:

- **Método Deductivo**

Este método fue el primer paso a realizar, ya que permito la obtención de información teórica, respecto a los autores que sirvieron como guía a través de sus conceptos, clasificaciones, cálculos y métodos para conocer ampliamente como llevar a cabo la realización de los estudios requeridos por el proyecto como son: Estudio de Mercado, Plan de Comercialización, Estudio Técnico, Estudio Legal y Administrativo, Estudio Financiero; y, Evaluación Financiera.

- **Método Estadístico**

Después de la aplicación de la técnica de encuesta y entrevista, a los demandantes, oferentes y proveedores del mercado, se utilizó el método estadístico para hacer el análisis y tabulación que se obtuvieron en las encuestas aplicadas a las muestras seleccionadas de la ciudad de Loja, además, permitió la realizar una representación gráfica de los resultados obtenidos de cada una de las variables planteadas en el instrumento de la encuesta y la entrevista, con el objeto de sintetizar dichos resultados y obtener su comprensión.

- **Método Analítico**

Obtenido los resultados sintetizados de la encuesta debido al método estadístico, mediante el método analítico se procedió al análisis e interpretación de dichos resultados, logrando convertirlos en información relevante para la realización posterior de los diferentes estudios, como es el caso del Estudio de Mercado para conocer la demanda potencial, real, efectiva, así como también conocer la estimación de la oferta para así obtener la demanda insatisfecha del proyecto; en el Plan de Comercialización conocer los gustos y preferencias para aplicar estrategias mediante las 4p'; en el Estudio Técnico conocer la capacidad, localización e ingeniería del proyecto; en el Estudio Legal Administrativo conocer las restricciones legales y además realizar la estructura organizacional para el funcionamiento de las actividades de la empresa; y, en el Estudio Financiero conocer los diferentes estados financieros de la misma.

- **Método Matemático**

Este método en el proyecto fue usado en la evaluación financiera, ya que, una vez obtenida toda la información de los diferentes estudios se procedió al cálculo matemático de cada uno de sus indicadores de la evaluación financiera que permitió determinar la viabilidad del proyecto.

- **Método Sintético**

Una vez conocida la viabilidad del proyecto a través del método matemático, se procedió a utilizar el método sintético, que permitió resumir, redactar y presentar la información de los valores y datos sobre la presente investigación, representadas en las conclusiones y recomendaciones del mismo.

5.2.1. Técnicas

Las técnicas que se utilizaron fueron:

❖ Técnica documental

Esta técnica se utilizó para ampliar los conocimientos reforzando así, los ya obtenidos de tal modo que se recopiló la información de fuentes bibliográficas como libros, blogs, artículos, tesis, páginas web, leyes, reglamentos y normatividad necesaria, con la finalidad de sistematizarla, ordenarla, clasificarla, analizarla; y, así tener veracidad al momento de realizar el análisis y definición de la viabilidad del proyecto de inversión.

❖ Encuesta

Mediante esta técnica se aplicaron dos tipos de encuestas, cada una dirigida para distintos segmentos; es decir, se aplicaron 400 encuestas a los jóvenes comprendidos entre la edad de 20 a 34 años de la de la ciudad de Loja, con el fin de conocer sus gustos y preferencias sobre la hoodies; la segunda estuvo dirigida a 14 oferentes que comercializan hoodies en la ciudad de Loja, con el fin de conocer la oferta de las mismas.

❖ Observación directa

Esta técnica se utilizó para observar los diferentes aspectos relevantes de la materia prima directa e indirecta; además, de los materiales necesarios para la producción. Por otro lado, también se utilizó para observar el comportamiento de los participantes del proceso productivo, obteniendo así información relevante para la investigación del proyecto.

❖ Entrevista

Esta técnica se utilizó para entrevistar a los proveedores de materia prima e insumos necesarios para la producción, lo que permitió realizar los costos del proyecto.

5.2.1.1. Tamaño de la población

En primer lugar, se determina como segmentación geográfica la ciudad de Loja, posterior a ello, se realiza la segmentación demográfica, por lo tanto, se toma datos del último censo realizado en año 2010 por él (Censo de Población y de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística

y Censos, 2010) , el cual indica, que en la ciudad de Loja existen 214,855 habitantes hasta el año 2010.

Al entrar a la categoría de ropa juvenil casual, en la línea de hoodies unisex, el producto está dirigido a las y los jóvenes de la ciudad de Loja de entre 20 a 34 años de edad, siendo un total de 55.862 jóvenes entre hombres y mujeres; de este total el 56,4% de acuerdo con el (Censo de Población y de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010) gozan de estabilidad económica, es decir, pertenecen a una clase social media y media alta, con un total de 31.506 jóvenes pertenecientes a estas clases sociales. De este total, el 79,3% según el (Censo de Población y de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010) pertenecen a la población urbana de la ciudad de Loja con un total de 25.016 jóvenes de entre 20 a 34 años.

5.2.1.1.1. Proyección de la población

Para la determinación de la proyección del tamaño de la población, se lo realizo, en base al último censo poblacional publicado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010) que dicta una tasa de crecimiento poblacional del 2,65%, con estos datos se proyectó la población para el año 2021, cuyos resultados se describen a continuación:

Fórmula:

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

En donde:

Pf = población final (2010)

Po = población inicial (2010= 25016 Jóvenes)

i = tasa de crecimiento anual (2,65%)

n = período analizado (11 años)

Reemplazando datos

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

$$P_f = 25016 (1+0.0265)^{11}$$

$$P_f = 25016 (1.0265)^{11}$$

$$P_f = 33355 \text{ Jóvenes}$$

La población objeto de estudio para el presente proyecto es la del año 2021 que se obtuvo de la proyección de la población de jóvenes mediante la tasa de crecimiento poblacional de 2,65% anual obteniendo así una población objeto de estudio de 33.355 jóvenes entre hombres y mujeres que presentan una estabilidad económica y que pertenecen al sector urbano del Cantón Loja.

Tabla 1.
Proyección de la población

Años	Población	Tasa de crecimiento
2010	25016	
2011	25679	
2012	26359	
2013	27058	
2014	27775	
2015	28511	
2016	29267	2,65%
2017	30042	
2018	30838	
2019	31655	
2020	32494	
2021	33355	

Nota: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). Elaborado por Patricia Calderón

5.2.1.1.2. Muestra

Al tratarse de una población bastante amplia, se procedió a calcular el tamaño de una muestra representativa, a través de la siguiente fórmula:

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

Nomenclatura:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Población
- P = Probabilidad de éxito
- Q = Probabilidad de fracaso
- Z = Nivel de confianza
- Σ = Error Estándar

Procedimiento:

Datos

N = 33.355 jóvenes

$$P = 0,5$$

$$Q = 0,5$$

$$Z = 95\% (1,96)$$

$$E = 5\% (0,05)$$

Desarrollo de fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (33.355) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (33.355 - 1) * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) * (33.355) * (0,25)}{(0,0025) * (33.354) * (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = \frac{(32034)}{(80,08)}$$

$$n = 400,02$$

$$n = \mathbf{400 \text{ encuestas}}$$

Para la presente investigación, será necesaria la aplicación de 400 encuestas a una muestra de jóvenes de entre 20 a 34 años de edad, pertenecientes al sector urbano de la ciudad de Loja; y, además que, presentan una estabilidad económica. Mediante la aplicación de estas encuestas, se busca obtener información significativa para la elaboración del proyecto incurriendo también al menor porcentaje de sesgo de información durante la aplicación de estas encuestas

5.2.1.1.3. Distribución muestral de encuestas.

Tabla 2.

Distribución muestral

PARROQUIAS	POBLACION DE JOVENES 2021	PORCENTAJE	ENCUESTAS
San Sebastián	4756	14.26%	65
El Valle	3249	9.74%	35
El Sagrario	3469	10.40%	45
Sucre	9439	28.30%	110
Punzara	7818	23.44%	95
Carigán	4623	13.86%	50
TOTAL	33.355	100%	400

Nota: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). Elaborado por Patricia Calderón.

En la tabla anterior, se muestra la distribución de aplicación de encuestas de acuerdo al porcentaje de jóvenes pertenecientes a cada parroquia urbana, con el fin de no sesgar mucha información al considerar un porcentaje cuantiosos de jóvenes dentro del perímetro urbano de la ciudad de Loja.

5.2.1.2. Población de proveedores

En el estudio de los proveedores que se requieren para la obtención de la materia prima y materiales necesarios para la elaboración de las hoodies unisex, se tomaron en cuenta los siguientes criterios: el precio de la materia prima, la ubicación de dichos proveedores (cercanía a la ciudad de Loja), el compromiso con el cliente; capacidad, términos y plazos de entrega de la materia prima directa e indirecta. Por esta razón se detalla a continuación los posibles proveedores que dotarán de materia prima a la empresa:

Tabla 3.
Proveedores de materia prima

Materia Prima	Proveedor	Ubicación
Tela flece perchado	Mundy Telas	Loja
	Almacén el colombiano	
Tela Rib	Mundy Telas	Loja
	Almacén el colombiano	
Cordones	Bazar Lucía	Loja
Hilos	Bazar Lucia	Loja

Fuente: Comercial el colombiano, Comercial Mundy Telas y Bazar Lucía. Elaborado por Patricia Calderón

Al ser pocos proveedores, se investigará cada uno fondo, por lo que no se requiere realizar un proceso de muestreo y se entrevistará a cada uno de ellos para obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

5.2.1.3. Población de Oferentes

Después de realizar varias investigaciones sobre la competencia que tiene la empresa de confección de hoodies unisex, se determinó que no posee competencia directa en la elaboración de este tipo de prendas dentro de la ciudad de Loja, sin embargo, si hay empresas que importan,

distribuyen y comercializan estas prendas provenientes de las principales ciudades productoras de prendas de vestir del país y se determinó la siguiente población de oferentes:

Tabla 4.
Población de Oferentes

Nombre de la empresa	Tipo
Vatex	Distribuidora y comercializadora
Impomark	Importadora y comercializadora
Balú	Comercializadora
SyM	Comercializadora
RM	Distribuidora y comercializadora
Terra	Comercializadora
Mil modelos	Comercializadora
Outdoor&sports	Comercializadora
Orange boutique Loja	Comercializadora
Express Loja	Comercializadora
Clothesmeneurope	Comercializadora
Pinto	Comercializadora
Marathon Sports	Distribuidora y Comercializadora
Trendy	Comercializadora

Nota: Vatex, Impomark, Balú, SyM, RM, Terra, Mil modelos, Outdoor&sports, Orange Boutique Loja, Express Loja, Clothesmeneurope, Pinto, Marathon Sports, Trendy. Elaborado por Patricia Calderón

6. Resultados.

6.1. Estudio De Mercado

El estudio de mercado, es un punto importante para entender el comportamiento que se produce en el mercado al que se dirige el proyecto de inversión, por otro lado, este estudio permite una valoración de los beneficios y costos del proyecto que se pretende llevar a cabo. En este contexto, para la realización del presente Estudio de Mercado, se hizo uso de la técnica de encuesta que fue aplicada a los clientes potenciales del proyecto, con el objetivo de obtener la demanda del mismo. De igual forma, se aplicó una encuesta a los dueños de empresas distribuidoras, importadoras y comercializadoras de hoodies con el fin de obtener la oferta de la misma.

6.1.1. Procedimiento

Una vez diseñados los instrumentos de investigación, se procedió a la recolección de información mediante una encuesta estructurada de 20 preguntas aplicadas a 400 jóvenes de entre 20 a 34 años de edad del sector urbano de la ciudad de Loja, y con estos resultados se determinó la demanda potencial, real y efectiva existente en el mercado.

Por otro lado, también se efectuó una encuesta estructurada por 8 preguntas aplicada a una muestra de 14 oferentes de hoodies más destacados de la ciudad de Loja, con esta información, se pudo determinar el promedio de venta diaria de este tipo de prendas, para posteriormente mediante este promedio conocer la estimación de la demanda durante el horizonte de vida del proyecto y gracias a esto conocer también la demanda insatisfecha de hoodies existente en el mercado.

En cuanto a los proveedores, se aplicó una entrevista estructurada por 19 preguntas a 3 de los proveedores de materia prima directa e indirecta de la ciudad de Loja; y, además aquí durante la entrevista prevaleció la técnica de observación sobre los distintos materiales y materia prima, además, de los términos y condiciones ofrecidos por los proveedores.

Estas encuestas y entrevistas sirvieron como fuente de información principal para la obtención de datos relevantes y de suma importancia para la realización posterior de los distintos estudios requeridos para la realización del proyecto.

En este contexto, posterior a lo antes mencionado se presentó la información a través de cuadros y gráficos estadísticos, con sus respectivo análisis e interpretación. Luego se procedió a realizar el análisis de la demanda, oferta y demanda insatisfecha, así como, el planteamiento de estrategias para posicionar el producto en el mercado.

Realizado el estudio de mercado, se procede a establecer el tamaño de capacidad de producción, la localización de la empresa, la ingeniería del proyecto y la estructura organizacional y legal de la misma.

Para realizar el estudio económico financiero, se procedió a elaborar los presupuestos de costos que permitieron determinar el monto de la inversión, el costo unitario de producción y el precio unitario de venta, para en base a ello, proceder a realizar los presupuestos de ingresos y elaborar los estados financieros; así mismo, se realizó la clasificación de los costos para determinar el punto de equilibrio.

Luego se realiza la evaluación financiera a través de los diferentes indicadores como la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR); Valor Actual Neto (VAN); Tasa Interna de Retorno (TIR); Periodo de Recuperación de Capital (PRC); Relación Beneficio Costo (RBC); y, el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente se determinan las respetivas conclusiones y recomendaciones.

6.1.1.1. Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los jóvenes de la ciudad de Loja

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas tanto físicas como virtuales a los jóvenes de la ciudad de Loja, de acuerdo previamente a la distribución muestral en la Tabla N°2.

1. Edad

Tabla 5.

Edad de los encuestados

Rango	Frecuencia	X-m	Xm*f	Porcentaje
18 a 24 años	169	21	3549	42%
25 a 29 años	171	27	4617	43%
30 a 34 años	60	32	1920	15%
Total	400		10086	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Promedio de edad

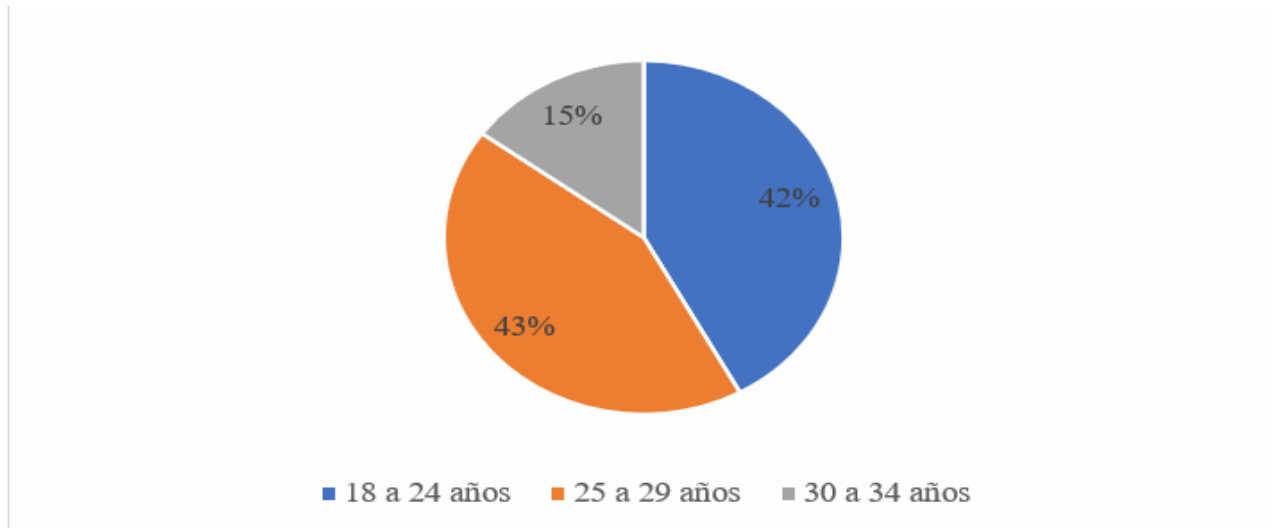
$$X = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$X = \frac{10086}{400}$$

$$X = 25 \text{ años}$$

Figura 1.

Edad de los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

De acuerdo al segmento de mercado encuestado, un 43% de jóvenes tienen edades de entre 25 a 29 años, el 42% entre 18 a 24 años y el 15% entre 30 a 34 años. Por consiguiente, el promedio de edad de los encuestados de 25 años.

2. Género

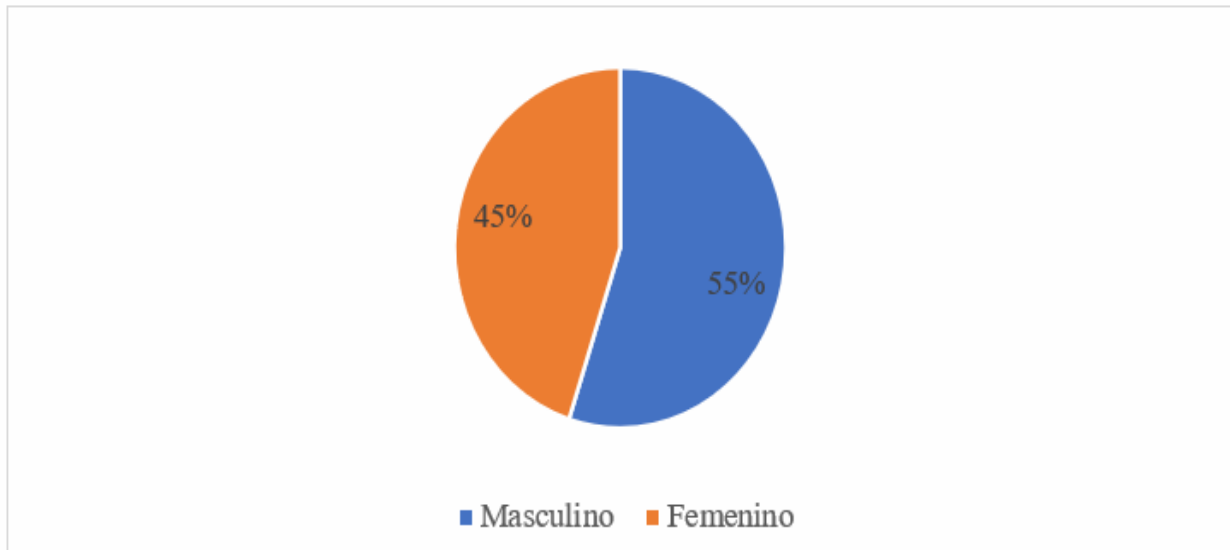
Tabla 6.

Genero de los jóvenes encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	221	55%
Femenino	179	45%
Total	400	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 2.
Género de los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

Acorde al segmento de mercado encuestado, se determinó que el 55% del total son hombres y el 45% son mujeres.

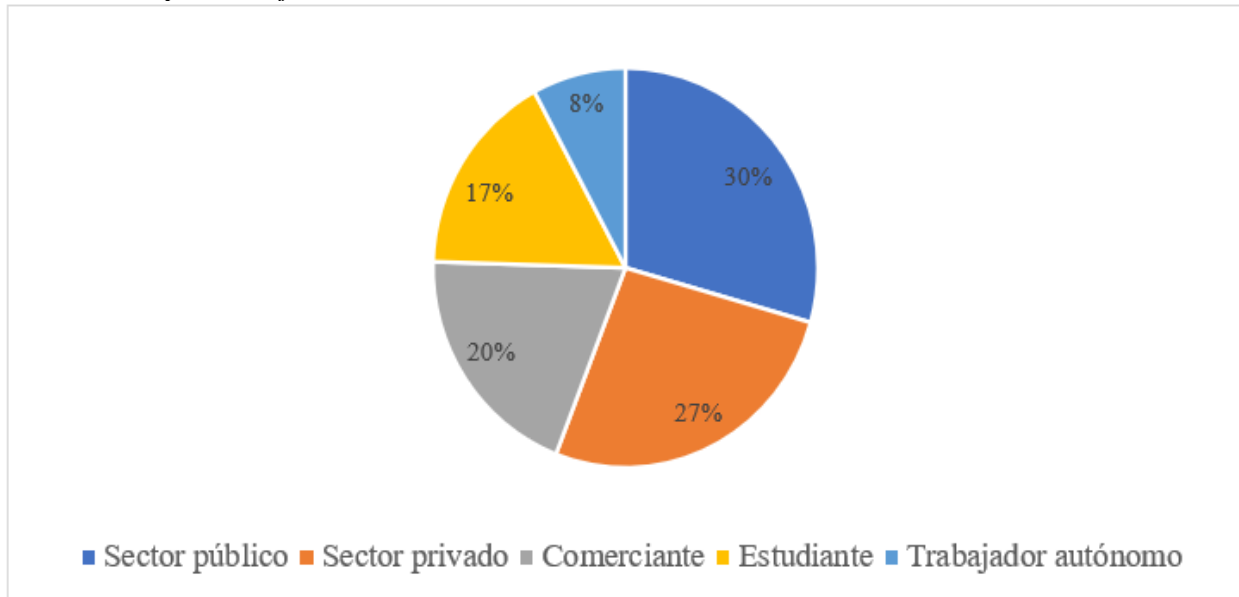
3. Trabaja en:

Tabla 7.
Sector de trabajo de los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sector público	118	30%
Sector privado	107	27%
Comerciante	78	20%
Estudiante	67	17%
Trabajador autónomo	30	8%
Total	400	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 3.
Sector en el que trabajan los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Los resultados de la encuesta mostraron que el 30% trabaja en el sector público, el 27% en el sector privado, el 20% es comerciante, el 17% es estudiante y 8% es trabajador autónomo. Esto muestra que la mayor parte de los encuestado cuentan con una fuente de trabajo por la cual podrían estar en capacidad de cubrir sus necesidades de vestuario.

4. Sus ingresos promedio son

Tabla 8.
Ingresos que perciben los encuestados

Rango	Frecuencia	X-m	Xm*f	Porcentaje
De 200 a 500	236	350	82600	59%
De 501 a 800	83	650,5	53992	21%
De 801 a 900	73	850,5	62087	18%
De 901 a 2000	8	1450,5	11604	2%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Ingresos promedios

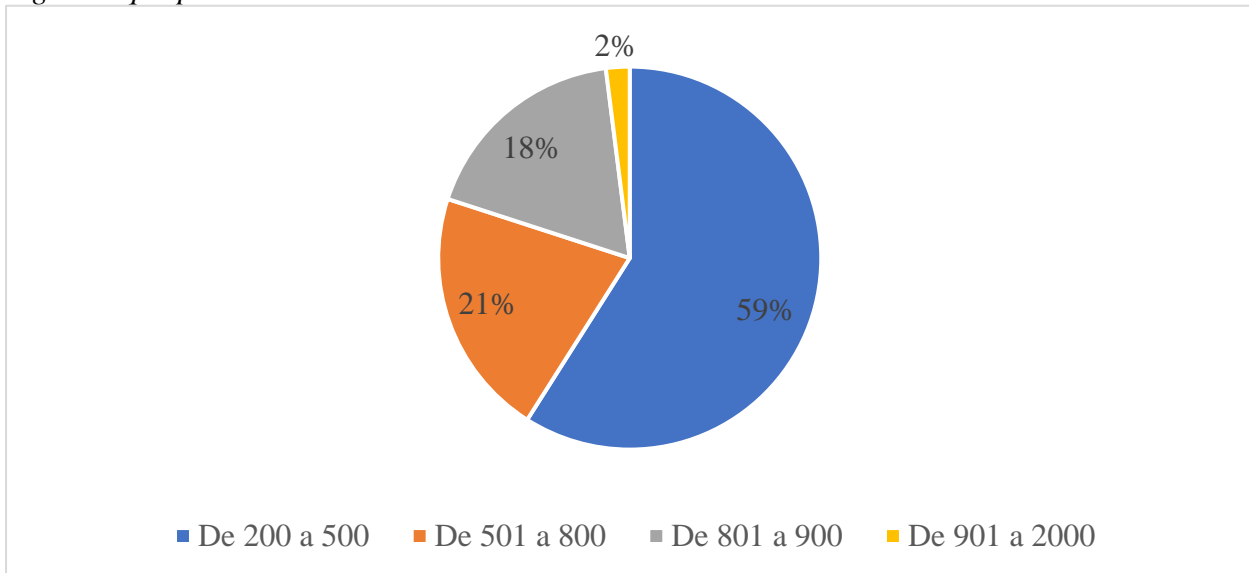
$$X = \frac{\sum X_m * f}{n}$$

$$X = \frac{210282}{400}$$

\bar{X} = 525,71 dólares

Figura 4.

Ingresos que perciben los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Los resultados que se obtuvieron con esta encuesta mostraron que el 59% tiene ingresos de entre 200 a 500 dólares, el 21% presenta un ingreso de entre 501 a 800 dólares, el 18% presenta un ingreso de entre 801 a 900 dólares y el 2% presenta un ingreso de entre 901 a 2000 dólares. Por consiguiente, la información muestra un ingreso promedio de los encuestados de 525,71 dólares.

5. ¿Le gusta las chompas tela fleece perchado también conocidas como buzos o

hoodies?

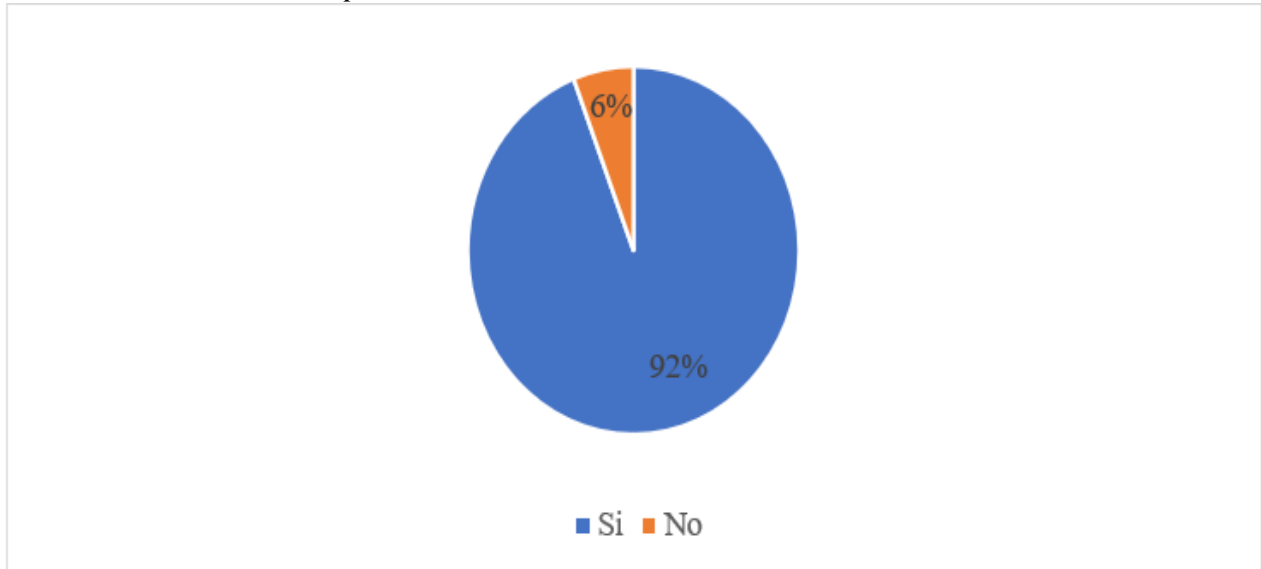
Tabla 9.

Gusto de los encuestados por las hoodies

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	377	94%
No	23	6%
Total	400	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 5.
Gustos de los encuestados por las hoodies



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 94% de ellos dijeron que si les gustaba las chompas de tela fleece perchado y 6% manifestaron que no.

6. ¿Usa chompas de tela fleece perchado también conocidas como buzos o hoodies?

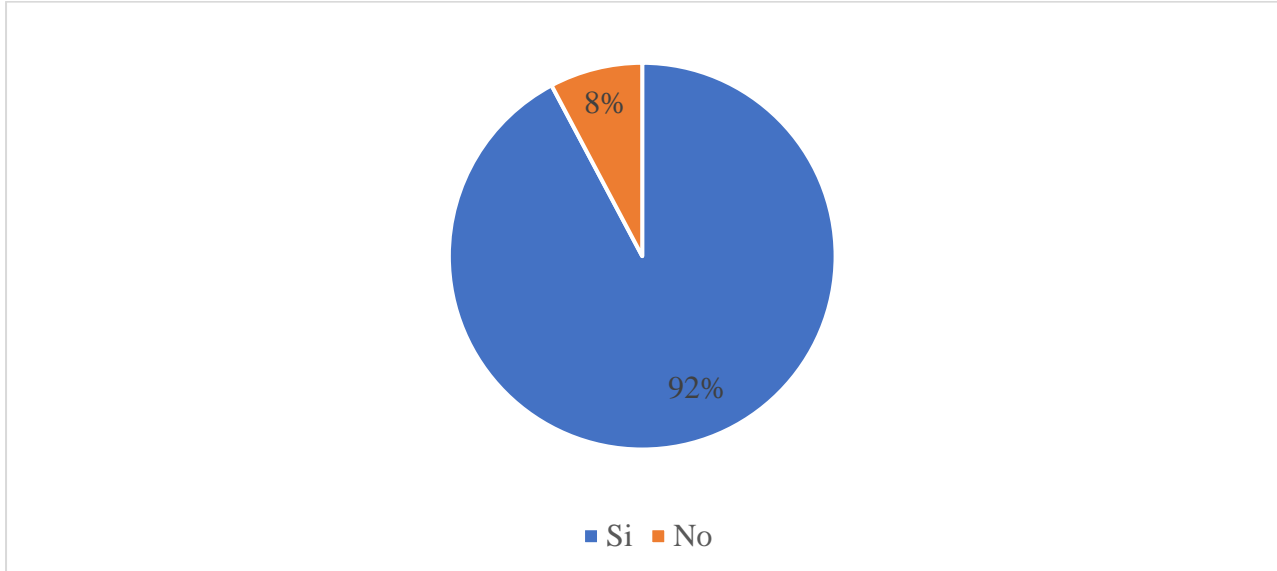
Tabla 10.
Uso de hoodies en los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	377	94%
No	23	6%
Total	400	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 6.

Uso de las hoodies en los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

De acuerdo al segmento de mercado encuestado el 92% afirmaron que, si compran chompas, hoodies o buzos como se le conocen comúnmente y apenas un 8% dijeron que no la usaban. Estos datos permiten tener una visión general de que existe una gran demanda de este tipo de prendas.

7. De acuerdo a la pregunta anterior ¿Por qué razón compra usted este tipo de chompas/hoodies/buzos?

Tabla 11.

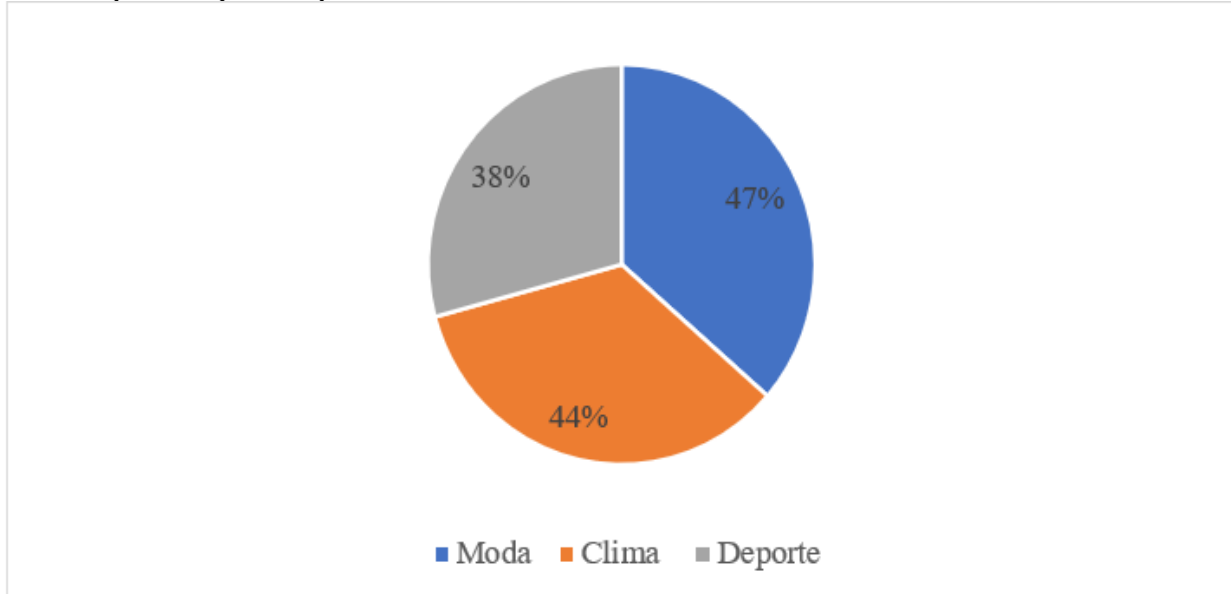
Razones por las que compran las hoodies los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Moda	177	47%
Clima	167	44%
Deporte	142	38%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 7.

Razones por las que compran las hoodies los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

Los resultados de la encuesta mostraron que el 47% de los encuestados compran chompas/hoodies/buzos por moda, el 44% por el clima y 38% dijeron que la compran para hacer deporte.

8. ¿Anualmente cuantas chompas/hoodies/ buzos compra?

Tabla 12.

Cantidad de hoodies que compran anualmente

Variable	Xm	Frecuencia	Xm*f	Porcentaje
1-2	1,5	163	244,50	43%
3-4	3,5	172	602,00	45%
5-6	5,5	37	203,50	11%
7-8	6,5	5	32,50	1%
Total		377	1082,50	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Media de la cantidad de compra

$$X = \frac{\sum X_m * f}{n}$$

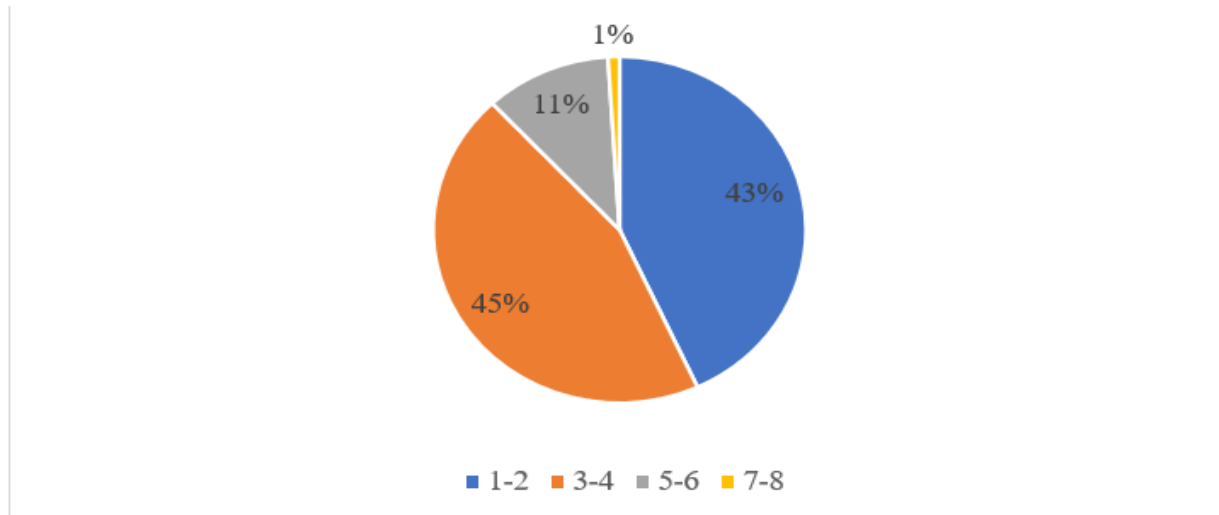
$$X = \frac{1082}{377}$$

\bar{X} = 2,87 chompas

X = 3 chompas

Figura 8.

Cantidad de compra de hoodies al año



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

Los resultados que arrojaron que el 45% de los encuestados afirmaron que adquieren al año de 1-2 hoodies, el 43% dijeron que adquieren de 3-4, el 11% dijeron que adquieren de 5-6 al año y el 1% dijeron que adquieren 7-8. Por consiguiente, el promedio de compra de hoodies es de 3 hoodies.

9. ¿Qué tipo de chompas/hoodies/buzos adquiere con más frecuencia?

Tabla 13.

Tipo de hoodies que usan los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sin estampado	227	60%
Con estampado	150	40%
Total	377	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 9.
Tipo de hoodies que usan los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

De acuerdo al segmento de mercado encuestado el 60% menciona que compra hoodies sin estampados y 40% dijeron que las adquiere con estampados.

10. Qué aspecto considera importantes al momento de comprar

chompas/hoodies/buzos?

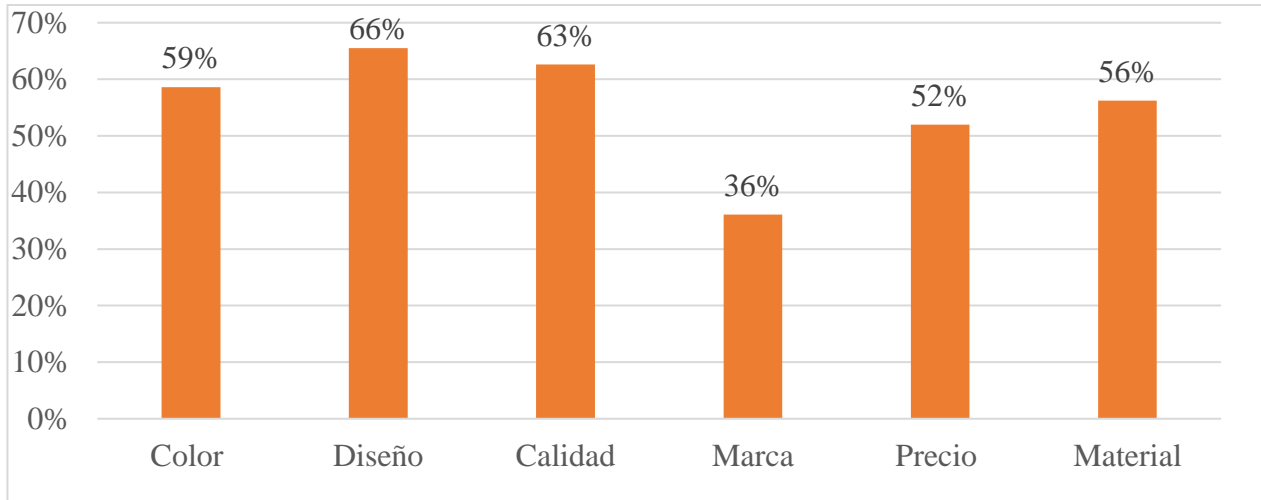
Tabla 14.
Aspectos de compra importantes al momento de la compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Color	221	59%
Diseño	247	66%
Calidad	236	63%
Marca	136	36%
Precio	196	52%
Material	212	56%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 10.

Aspectos importantes al momento de la compra



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

Los encuestado el 66% mencionaron que el aspecto más importante que consideran a la hora de adquirir una hoodie es el diseño de la misma, por otro lado, el 63% mencionaron que consideran la calidad de la prenda, mientras que el 59% considera el color de la prenda, 56% considera el material de la prenda y el 36% la marca de la prenda.

11. ¿Qué estilo de chompas/hoodies/buzos compra con frecuencia?

Tabla 15.

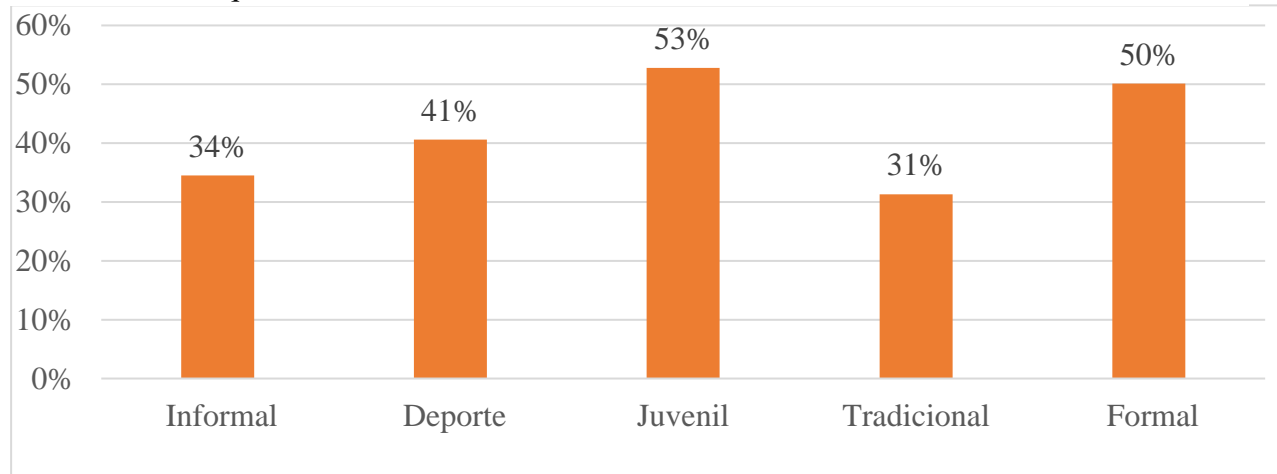
Estilo de hoodie que usan los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Informal	130	34%
Deporte	153	41%
Juvenil	199	53%
Tradicional	118	31%
Formal	189	50%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 11.

Estilo de hoodie que usan los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

En este caso, del segmento de mercado encuestado el 53% manifestaron que usan el estilo de hoodie juvenil, mientras que el 50% dijeron que usan el estilo informal, por otro lado, el 41% expresaron que usan el estilo de deportivo, 34% revelaron que usan el estilo el formal y el 31% el estilo tradicional.

12. ¿Qué talla de chompa/hoodies/buzos compra con frecuencia?

Tabla 16.

Talla de hoodie que utilizan con frecuencia los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
S	45	12%
M	125	33%
L	161	43%
XL	42	11%
XXL	4	1%
Total	377	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Los encuestados en un 42% afirmaron que compran habitualmente la talla L, el 33%

adquieren la talla M, el 13% compran la talla S, el 12% adquieren la talla XL y el 1% compran la talla XXL.

13. ¿Qué colores de chompa/hoodies/buzos compra con frecuencia?

Tabla 17.

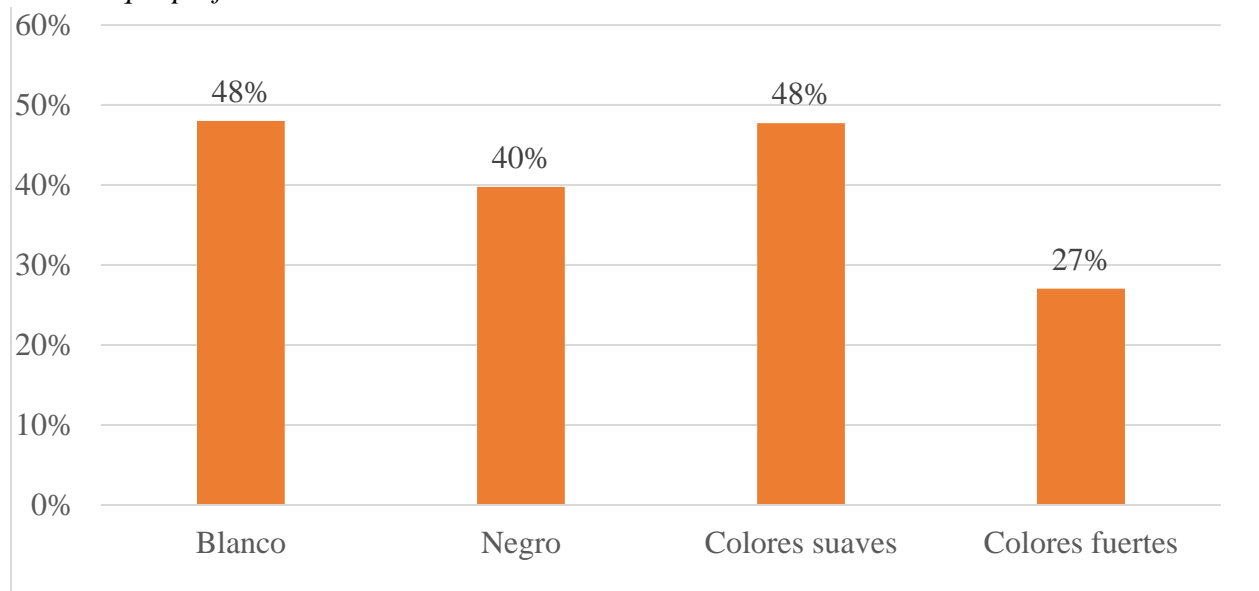
Colores que prefieren los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Blanco	181	48%
Negro	150	40%
Colores suaves	180	48%
Colores fuertes	102	27%

Fuente: Encuestas Elaborado por Patricia Calderón

Figura 12.

Colores que prefieren los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Del segmento de mercado encuestado el 48% manifestó que adquiere las hoodies en color blanco y en colores suaves; el 40% las prefieren en color negro; y, el 27% las prefieren en colores fuertes.

14. ¿Al momento de realizar una compra de una chompa/hoodies/buzos, en promedio cuánto es el valor que invierte en ella?

Tabla 18.
Promedio que invierte en la compra de una hoodie

Rango	Frecuencia	X-m	Xm*f	Porcentaje
\$10 a \$30	264	20,00	5280	70%
\$31 a \$50	104	40,50	4212	28%
\$51 a \$70	7	60,50	423,5	2%
\$71 a \$90	2	80,50	161	1%
Total	377		10076,5	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

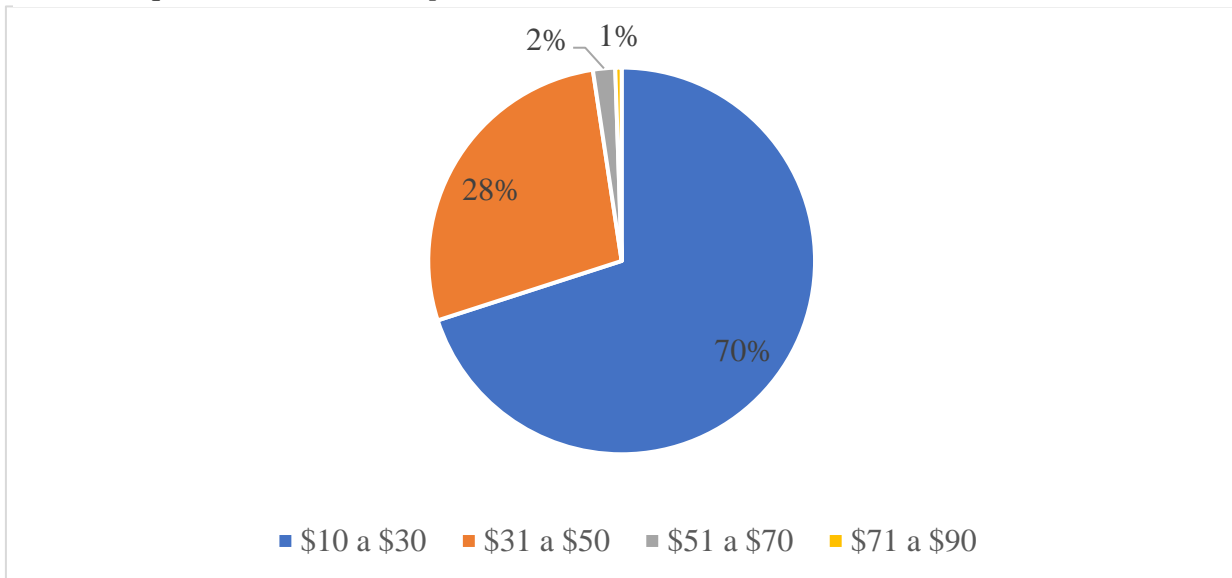
Precio promedio

$$X = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$X = \frac{10076,5}{377}$$

$$X = 26,72 \text{ dólares}$$

Figura 13.
Promedio que invierte en la compra de una hoodie



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

El 70% de los encuestados afirmó que invierte entre \$10 a \$30 dólares, el 28% dijeron que invierte entre \$31 a \$50 dólares, el 2% invierte entre \$51 a \$70 dólares y el 1% invierte entre \$71 a 90 dólares. Estos datos demuestran que la media del precio en que se adquiere las hoodies está en \$26,72 dólares.

15. ¿En qué lugares adquiere este tipo de prendas frecuentemente?

Tabla 19.

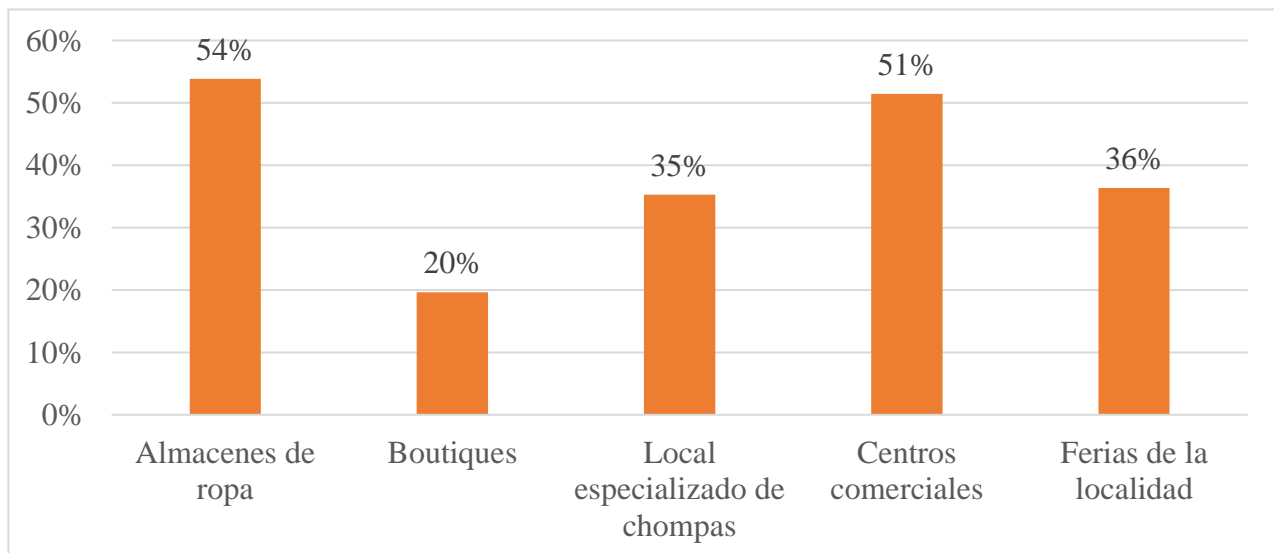
Lugar en que compran hoodies los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Almacenes de ropa	203	54%
Boutiques	74	20%
Local especializado de chompas	133	35%
Centros comerciales	194	51%
Ferias de la localidad	137	36%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 14.

Lugar donde compran las hoodies los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Del segmento de mercado encuestado el 54% revelaron que adquiere las hoodies en almacenes de ropa, el 51% afirmó que las adquiere en centros comerciales, el 36% las adquiere en locales especializados, el 35% en ferias de la localidad y el 20% las adquiere en boutiques.

16. ¿Qué tipo de promociones ha recibido al momento de comprar chompas/hoodies/buzos?

Tabla 20.

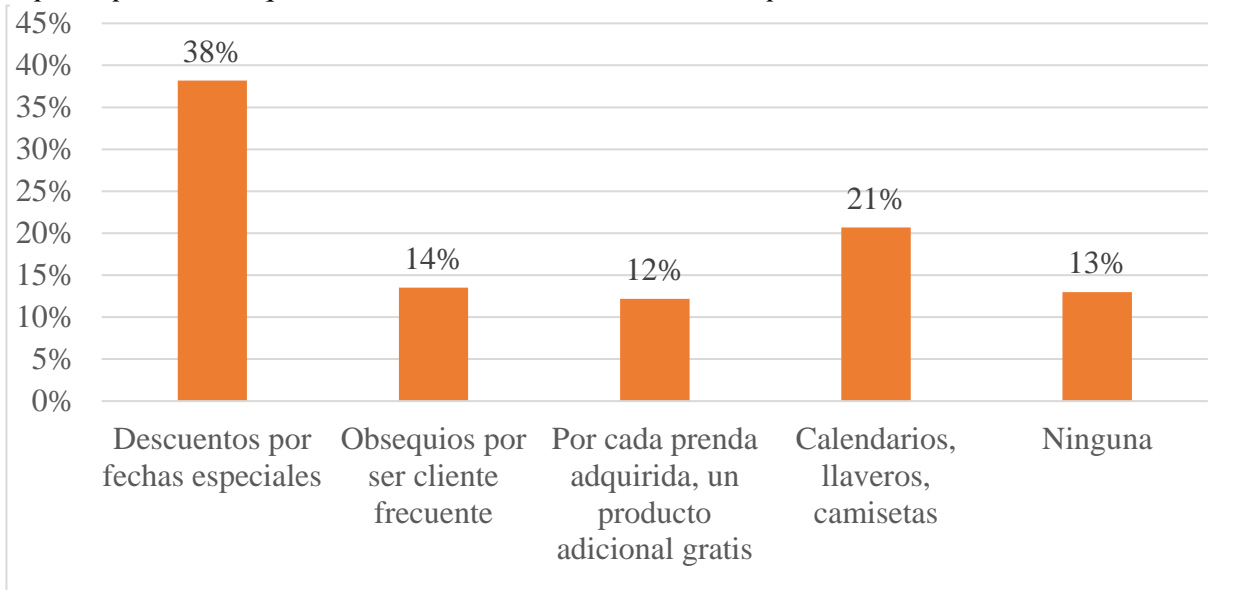
Tipo de promoción que han recibido al momento de la compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos por fechas especiales	144	38%
Obsequios por ser cliente frecuente	51	14%
Por cada prenda adquirida, un producto adicional gratis	46	12%
Calendarios, llaveros, camisetas	78	21%
Ninguna	49	13%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 15.

Tipo de promoción que han recibido al momento de la compra



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Del segmento de mercado encuestado el 38% afirmó que han recibido promociones por fechas especiales, el 21% han recibido calendarios, llaveros y calendarios, el 14% obsequios por clientes frecuentes y el 12% ha recibido un producto adicional por cada, al mismo tiempo, en igual porcentaje 13% de los encuestados no ha recibido ninguna promoción.

17. Por qué medios de comunicación se enteró de dónde venden este tipo de productos.

Tabla 21.

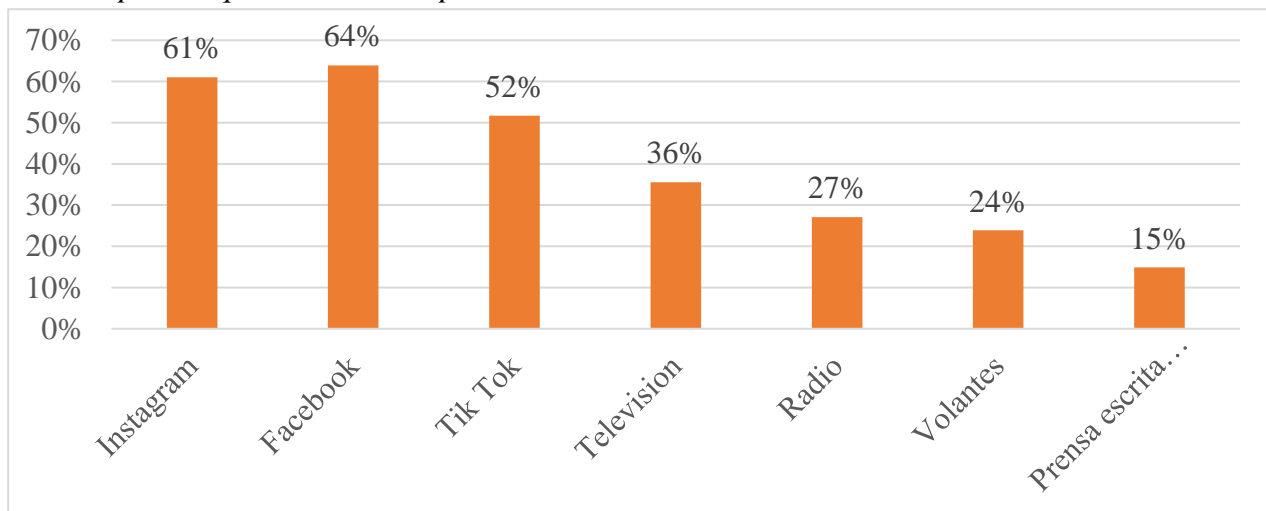
Medios por los que se enteraron donde venden hoodies

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	230	61%
Facebook	241	64%
Tik Tok	195	52%
Televisión	134	36%
Radio	102	27%
Volantes	90	24%
Prensa escrita (revistas, periódicos, etc.)	56	15%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 16.

Medios por los que se enteraron por donde vende hoodies



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Los encuestados manifestaron en un 64% que el medio de comunicación por el que se enteraron de la venta de hoodies fue Facebook, el 61% se enteró por medio de Instagram, el 52% lo hizo mediante Tik Tok, el 36% mediante televisión, el 27% por medio de la radio, el 24% por medio de volantes y el 15% por prensa escrita.

18. ¿Si en la ciudad de Loja se implementará una empresa de confección de chompas/hoodies/buzos estaría usted dispuesto adquirir el producto?

Tabla 22.

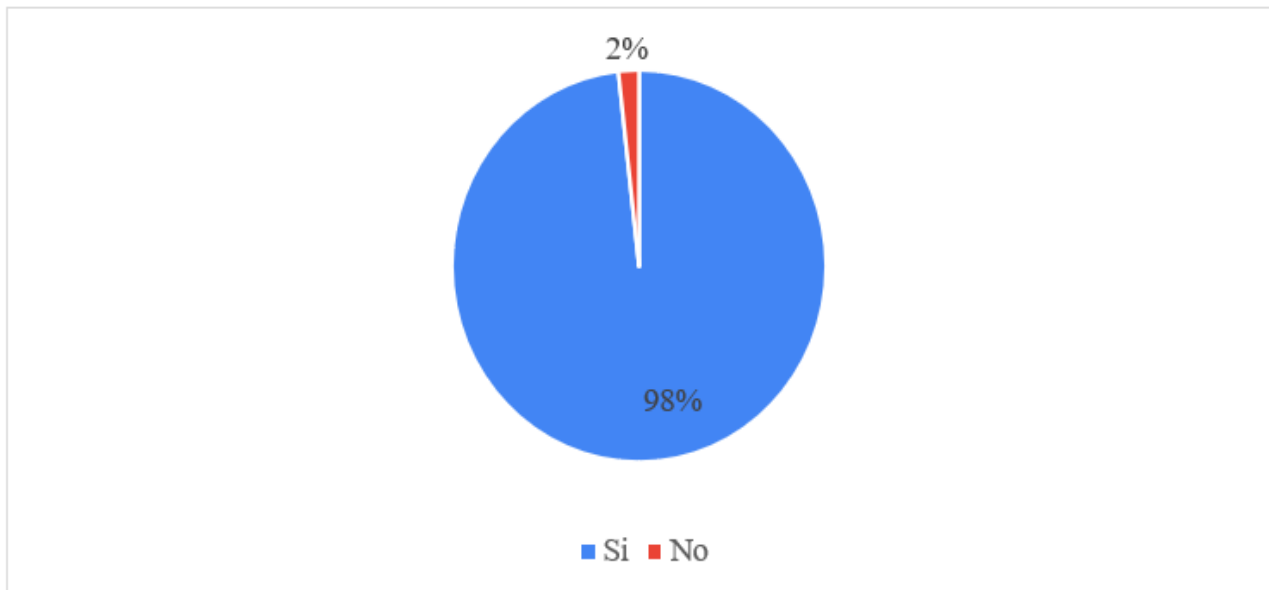
Disposición para comprar en caso de implementarse la empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	98%
No	7	2%
Total	377	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 17.

Disposición para comprar en caso de implementarse la empresa



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 98% del segmento de mercado estaría dispuesto a comprar las prendas de la empresa, y el 2% respondió que no estaría dispuesto hacerlo.

19. ¿Qué promociones le gustaría recibir por parte de la empresa?

Tabla 23.

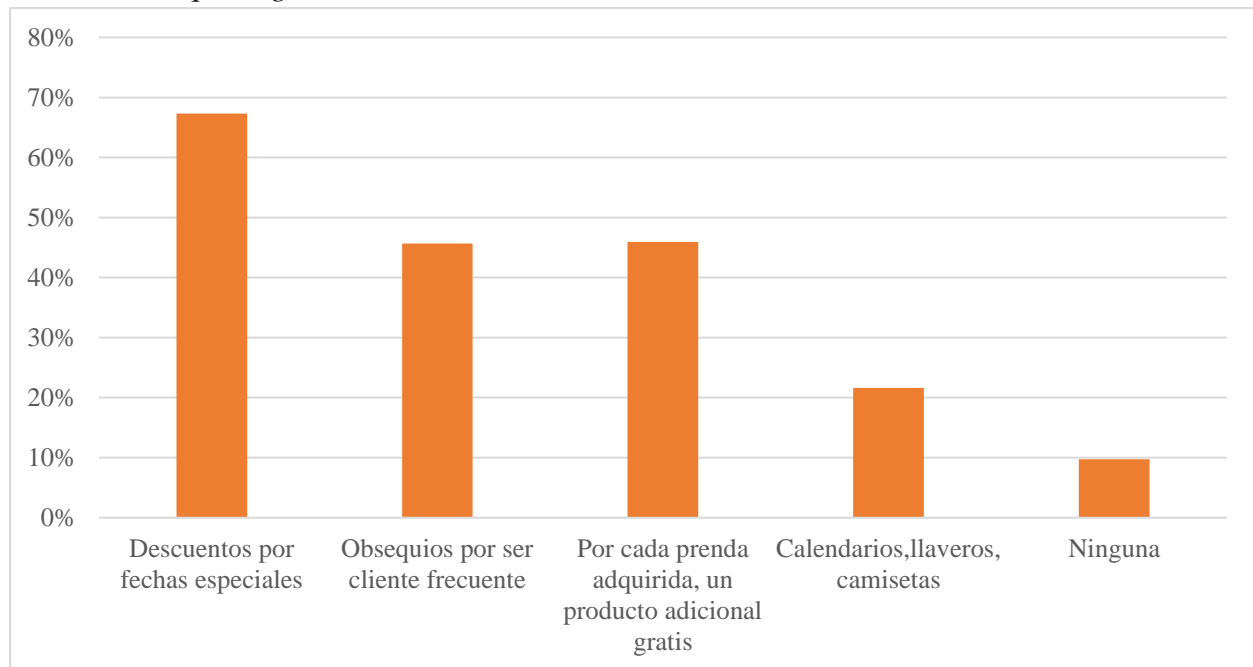
Promociones que le gustaría recibir a los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos por fechas especiales	249	67%
Obsequios por ser cliente frecuente	169	46%
Por cada prenda adquirida, un producto adicional gratis	170	46%
Calendarios, llaveros, camisetas	80	22%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 18.

Promociones que le gustaría recibir a los encuestados



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

Los jóvenes encuestados aseguraron en un 67% que les gustaría recibir promociones por fechas especiales, el 46% les gustaría recibir obsequios por cliente frecuente y por cada prenda adquirida se le dé un producto adicional; el 22% dijeron que le gustaría recibir calendarios, llaveros y camisetas, y por último, un 10% dijeron que no le gustaría recibir ninguna promoción.

20. Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre los productos y promociones de esta empresa.

Tabla 24.

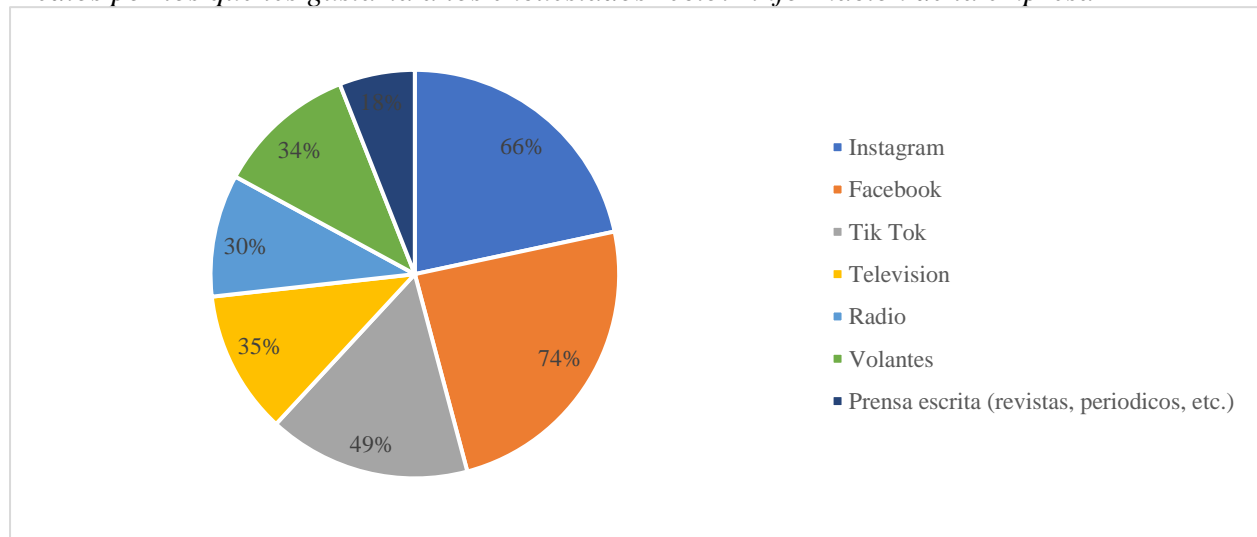
Medios por los que les gustaría a los encuestados recibir información de la empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	246	66%
Facebook	275	74%
Tik Tok	182	49%
Televisión	129	35%
Radio	110	30%
Volantes	126	34%
Prensa escrita (revistas, periódicos, etc.)	68	18%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 19.

Medios por los que les gustaría a los encuestados recibir información de la empresa



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación:

El 74% de los encuestados manifestaron que les gustaría recibir información a través de la red social Facebook, el 66% dijeron que, por medio de Instagram, el 49% dijeron que mediante Tik Tok, el 35% dijeron mediante la televisión, el 34% dijeron por volates, el 30% por medio de la radio y el 18% por prenda escrita.

6.1.1.2. Análisis e interpretación de las encuestas realizadas a los propietarios de empresas distribuidoras y comercializadoras de hoodies de la ciudad de Loja, para determinar la oferta del producto.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas físicas a las diferentes distribuidoras y comercializadoras de prendas de vestir en especial las distribuidoras y comercializadoras de hoodies que provienen de otras ciudades del país obteniendo con esto datos e información de una estimación de la oferta de hoodies de la ciudad de Loja.

1. ¿Indique el nombre de su empresa o comercializadora?

Tabla 25.
Empresas distribuidoras y comercializadoras

Nombre de la empresa	Tipo
Vatex	Distribuidora y comercializadora
Impomark	Importadora y comercializadora
Balú	Comercializadora
SyM	Comercializadora
RM	Distribuidora y comercializadora
Terra	Comercializadora
Mil modelos	Comercializadora
Outdoor&sports	Comercializadora
Orange boutique Loja	Comercializadora
Express Loja	Comercializadora
clothesmeneurope	Comercializadora
Pinto	Comercializadora

Nota: Encuestas Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del total de empresas 3 son distribuidoras y comercializadoras de hoodies, 1 es importadora y comercializadora y 10 se dedican solo a la comercialización de las mismas.

2. ¿En su empresa usted vende chompas/hoodies/buzos?

Tabla 26.

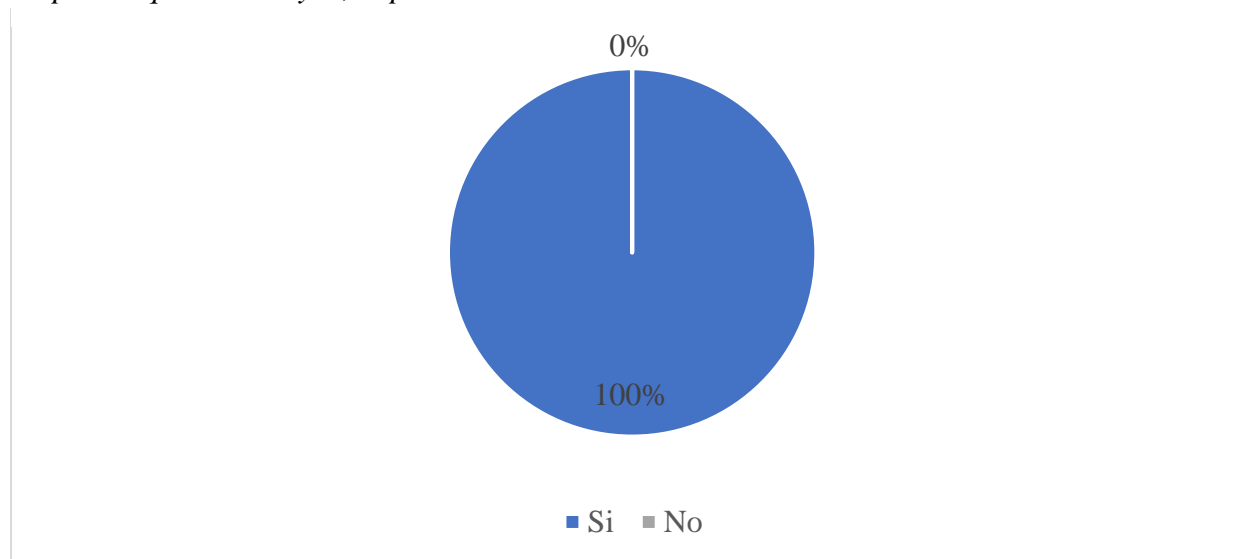
Empresas que distribuyen, importan o venden hoodies

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	100%
No	0	0%
Total	14	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 20.

Empresas que distribuyen, importan o comercializan hoodies



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

Los resultados conseguidos arrojaron que el 100% de las empresas encuestados afirmaron que

venden hoodies.

3. ¿Cuántas chompas/hoodie/buzo vende usted diariamente?

Tabla 27.

Cantidad de hoodies que venden diariamente

Variable	Frecuencia	X-m	Xm*f	Porcentaje
De 1 a 10	10	6	55	71%
De 11 a 20	4	16	62	29%
Total	14	21	117	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Promedio de venta diaria

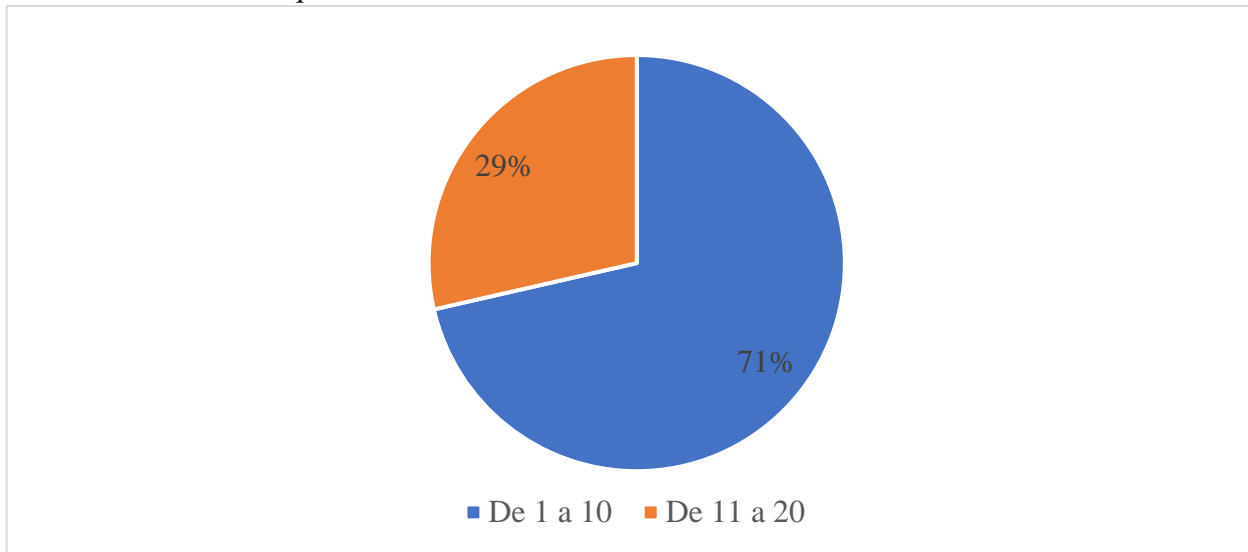
$$X = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$X = 117/14$$

X=8 prendas diarias

Figura 21.

Cantidad de hoodies que venden diariamente



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

De las empresas encuestadas el 71% venden de 1 a 10 prendas diarias; y, un 29% vende de 11 a 20 prendas diarias. El promedio de ventas diarias de las empresas encuestadas es de 8 prendas diarias.

4. ¿A qué precio vende usted cada chompa/hoodie/buzo?

Tabla 28.

Precio de venta de las hoodies

Variable	Frecuencia	X-m	Xm*f	Porcentaje
De 11 a 20	3	15,5	46,5	21%
De 21 a 30	9	25,5	229,5	64%
De 31 a 40	2	35,5	71	14%
Total	14	76,5	347	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Promedio de venta

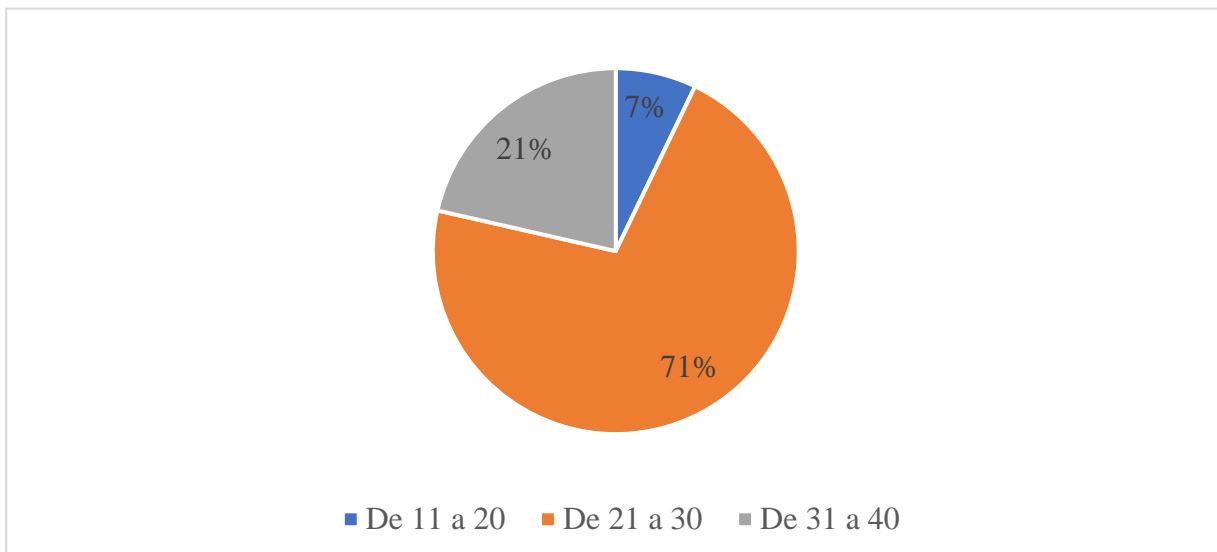
$$X = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$X = \frac{347}{14}$$

$$X = 24,79 \text{ dólares}$$

Figura 22.

Precio de venta de las hoodies



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

Las empresas encuestadas en un 64% manifestaron que el precio la que venden las hoodies oscilan entre \$21 a \$30 dólares, por otro lado, el 21% dijeron que esta entre \$11 a \$20 dólares y el

14% expresaron que se encuentran entre \$ 31 a \$40 dólares. El promedio de venta de las hoodies es de 24,79 dólares.

5. ¿Qué talla es la que más vende con más frecuencia?

Tabla 29.

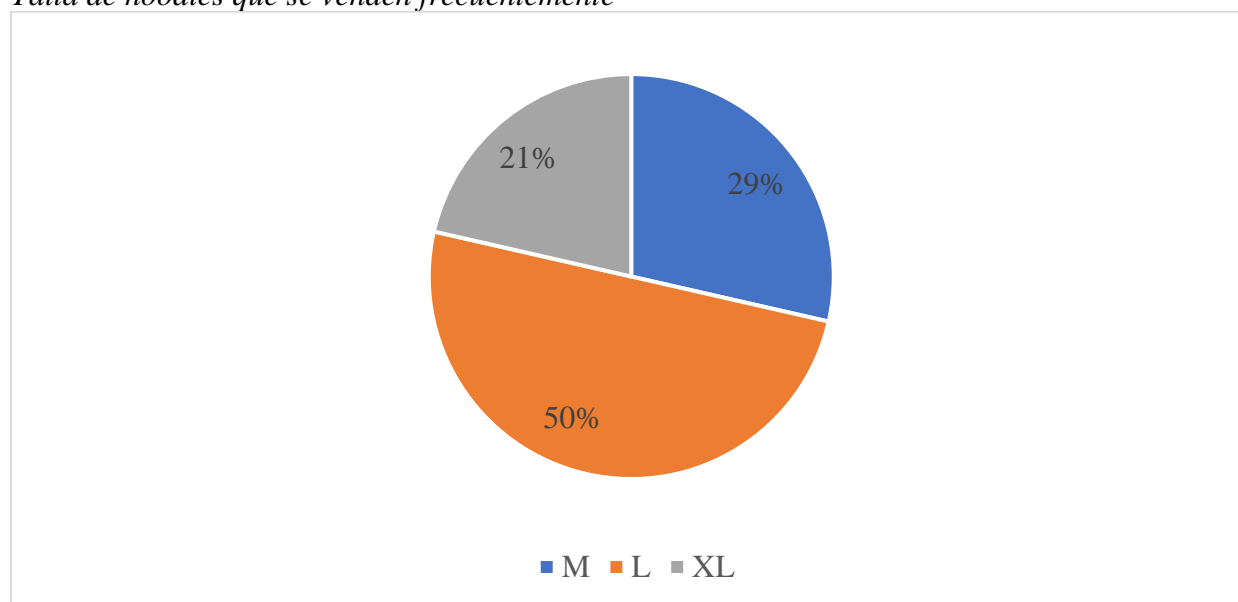
Talla de hoodies que se venden frecuentemente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
M	4	29%
L	7	50%
XL	3	21%
Total	14	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 23.

Talla de hoodies que se venden frecuentemente



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

Los resultados de las encuestas a las empresas mostraron que el 50% manifestaron que la talla que más venden es la L, el 29% dijeron que la talla M; y; el 21% manifestaron que la talla XL.

6. ¿Qué medio de comunicación utiliza para realizar la publicidad de su empresa?

Tabla 30.

Medio de comunicación que utiliza para la empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	14	100%
Facebook	14	100%
Tik Tok	14	100%
Televisión	3	21%
Radio	4	29%
Volantes	3	21%
Prensa escrita (revistas, periódicos, etc.)	4	29%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

El 100% de las empresas encuestados expresaron que realizan su publicidad mediante las plataformas digitales como Facebook, Instagram, Tik Tok en un 100%; mientras que el 29% dijeron que lo hacían mediante prensa escrita y radio, el 21% manifestaron que lo hacían por televisión y volantes.

7. ¿Cuál es su horario preferido para contratar la publicidad en los medios de comunicación?

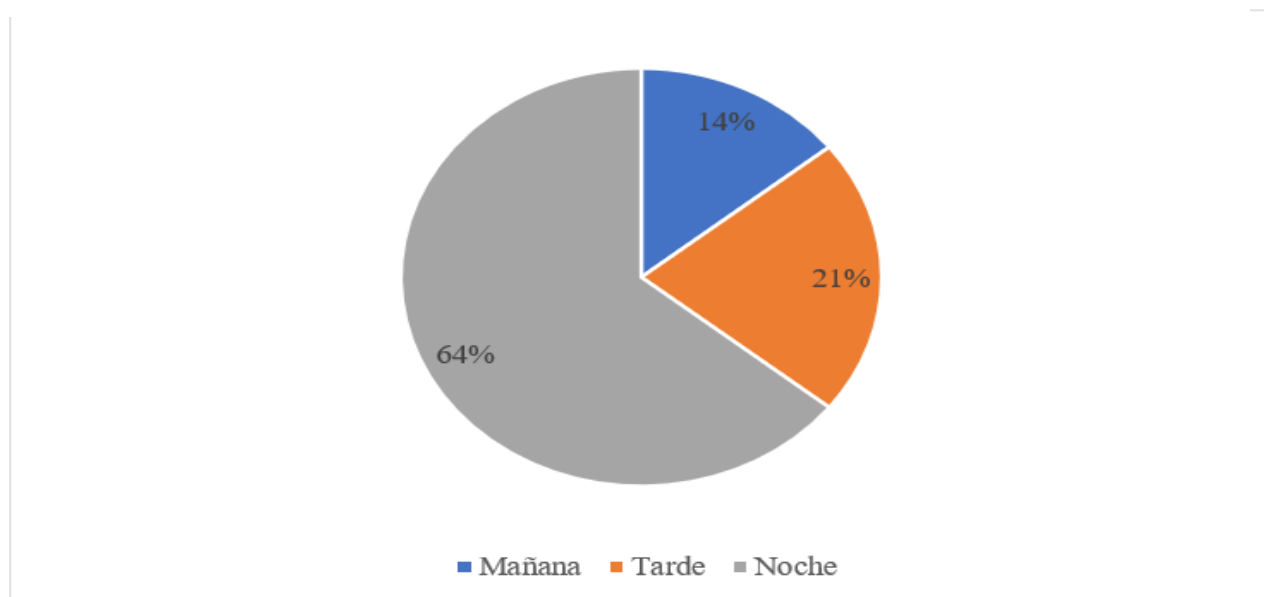
Tabla 31.

Horario en el publican las empresas su publicidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	2	14%
Tarde	3	21%
Noche	9	64%
Total	14	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 24.
Horario en el publican las empresas su publicidad



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

El 64% de las empresas encuestadas manifestaron que contratan el horario de publicidad para la noche, mientras que el 21% lo hace en el horario para la tarde; y, el 14% contratan el horario de la mañana.

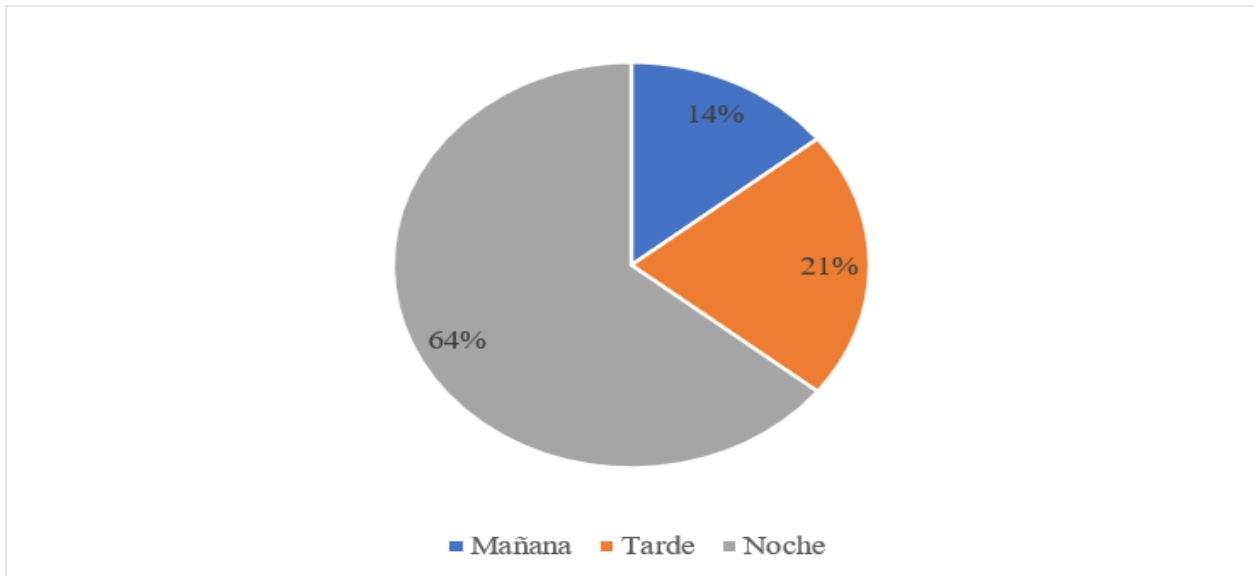
8. ¿Cuáles de las siguientes promociones realiza con más frecuencia en su empresa por la venta del producto a sus clientes?

Tabla 32.
Promociones que realizan las empresas encuestadas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos por fechas especiales	8	57%
Obsequios por ser cliente frecuente	3	21%
Por cada prenda adquirida, un producto adicional gratis	1	7%
Calendarios, llaveros, camisetas	2	14%
Total	14	100%

Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Figura 25.
Promociones que realizan las empresas



Nota: Encuestas. Elaborado por Patricia Calderón

Análisis e interpretación

De acuerdo a las empresas encuestadas el 57% manifestaron que realizan promociones de descuentos por fechas especiales, el 21% obsequios por clientes frecuentes, el 14% calendarios, llaveros, camisetas, el 7% por cada prenda adquirida dan in producto adicional gratis.

6.1.1.3. Análisis e interpretación de la entrevista aplicada a los proveedores de tela y materiales para hoodies de la ciudad de Loja.

6.1.1.3.1. Entrevista al proveedor “Mundy de tela” proveedor de las telas fleece perchado y rib.

El nombre de la empresa a la que se le realizó la encuesta es “Mundy Tela” del propietario Líder Onofre Jiménez, está ubicada en la ciudad de Loja entre las calles Bolívar entre Catacocha y Cariamanga.

Esta empresa provee todo tipo de telas al por mayor y menor, incluyendo las telas fleece perchado y la tela rib. El precio de la tela fleece perchado es de \$ 5,00 dólares el metro de rollo de 50 metros, por otro lado, el precio de la misma, al por mayor es de 4,80 el metro. Así mismo, el precio de la tela rib es de \$6,20 dólares el metro de rollo de 50 metros, el precio al por mayor de

la misma es de \$6,00 el metro. Se puede acceder a estos precios al por mayor a partir de la compra de 5 rollos de tela.

La empresa constantemente provee de cualquier tipo de tela a los pequeños negocios de la ciudad de Loja que se dedican a la confección de prendas de vestir, principalmente los uniformes estudiantiles, deportivos y prendas en particular, ya que, trabajan con grandes proveedores de tela nacionales capaces de proveerles cualquier color o tipo de tela que desee el cliente.

Para poder realizar los pedidos de tela a la empresa, se lo debe hacer con una semana de anticipación, entonces la empresa entregara los pedidos los lunes de cada semana. En el pedido que se realice se debe especificar la cantidad exacta de tela que requiere, para cuando la requiere y ser puntual con los pagos de la tela. El pago se lo hace al contado. En caso de fallar en los plazos de entrega se le recompensará con un rollo extra de tela en el próximo pedido o en caso de estar en mal estado la tela al momento de la entrega se le hará el cambio por una en buen estado sin problema.

La empresa maneja un gran inventario de mercadería que está a la vista del público al visitar el almacén, no manejan catálogo de las telas ni físico ni digital sin embargo están planeando emplear estas estrategias en futuro.

Para contactarse con la empresa se lo puede realizar directamente en el local comercial o a través de los números telefónicos directos del propietario o el de la esposa.

6.1.1.3.2. Entrevista al proveedor “Bazar Lucía” proveedor de cordones e hilo.

La empresa a la que se le realizo la entrevista fue el “Bazar Lucía” cuyo gerente propietario es, Lucía Loján, y está ubicada en la ciudad de Loja; Av. 18 de noviembre entre 10 de agosto y Vicente Rocafuerte. Esta empresa provee de todo tipo de cordones e hilos al por mayor y menor de acuerdo a lo que requiere el cliente. Cuentan con una larga experiencia proveyendo de este tipo de materiales para los distintos acabados a pequeños y grandes negocios dedicados a la confección de todo tipo de prendas.

El precio en el caso de los cordones es de \$ 0,10 centavos la yarda y se los venden solamente por yardas, por otro lado, en el caso del hilo para acabados se lo vende por rollos, al por mayor se venden a un precio de 2,25 el rollo que consta de 1000 metros de hilo. Se puede acceder a los precios al por mayor a partir de la compra de 5 rollos en el caso de los del hilo y en el caso de los cordones a partir de 50 yardas.

Los términos para realizar los pedidos son: siempre se deben hacer con un tiempo anticipado de por lo menos 4 días, se debe enviar de forma detallada el pedido que se desee que se le provea y ser puntual al retirarlos, así como también ser puntual con los pagos del material, estos pagos deben ser siempre al contado, los pedidos se entregan los miércoles de cada semana.

En caso de fallar con los plazos de entrega se recompensa al cliente con algún descuento en el próximo pedido ya sea de hilos o cordones. Así mismo, si algún producto está en mal estado se lo cambia por uno que este en buen estado sin problema alguno

Cabe aclarar que la empresa se provee dependiendo de los pedidos de los clientes de la empresa, pero, en promedio general se estima que la misma se provee de unos 20 metros de hilo por tipo, color, modelo y unas 100 yardas de cordones por tipo color y modelo también.

La empresa no cuenta con catalogo ni físico ni digital y para contactarse con la empresa se lo puede realizar directamente en el local comercial o mediante los números telefónicos o redes sociales de la empresa.

7. Discusión.

Luego de aplicación de las encuestas a los jóvenes de entre 20 a 34 años de edad pertenecientes a las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja, además, de las encuestas aplicadas a los diferentes oferentes de la ciudad de Loja y por último, las entrevistas aplicadas a los proveedores de ciudad de Loja, se procede, a la realización del estudio de mercado para obtener la demanda potencial, la demanda real y la demanda efectiva del proyecto, así como también, la estimación de la oferta existente en el mercado; y, con esto finalmente determinar la demanda insatisfecha de hoodies existente en el mercado lojano.

Posterior, a la realización de este estudio se procede a la elaboración de un plan de comercialización donde se determina las características del producto tomando como referencia los gustos y preferencias reflejados en la encuesta de mercado aplicada previamente. Por otro lado, aquí también se determinan las estrategias para fijación del precio, estrategias para el establecimiento de los diferentes canales de distribución, estrategias de promoción mediante el uso de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada; y, por último, las estrategias de publicidad donde establecen mediante el uso de los medios que más son usados por los demandantes de acuerdo a lo reflejado en la encuesta persiguiendo siempre atraer, seducir y convencer al consumidor a adquirir el producto ofertado por la empresa.

Con el establecimiento de lo mencionado anteriormente, se procede a realizar:

7.1. Análisis de la demanda

Siguiendo con el desarrollo de la investigación, se procedió a efectuar una segmentación geográfica de la población de jóvenes pertenecientes a las parroquias urbanas de la ciudad de Loja. Como siguiente paso, se elaboró una segmentación demográfica tomando en cuenta variables como la edad de los jóvenes que adquieren hoodies, los ingresos que perciben los mismos mensualmente para saber su estabilidad económica, el número de hoodies que compran al año, los lugares donde son adquiridas estas prendas, llegando a la conclusión de que los jóvenes económicamente estables adquieren al año 3 hoodies; a las mismas las adquieren en locales comerciales dedicados a comercializar prendas de vestir y boutiques. Por lo que se precisa que el producto está dirigido a jóvenes económicamente estables del sector urbano del cantón Loja.

Los datos utilizados son obtenidos de (Censo de Población y de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010) y los mismos son proyectados hasta el año 2021, dando una población urbana de jóvenes lojanos de 33.355, esta misma población es proyectada mediante la tasa de crecimiento poblacional de 2,65% para los próximos 5 años que es el tiempo de vida del horizonte del proyecto.

Tabla 33.

Proyección de la población

Años	Población	tasa de crecimiento
0	33355	
1	34239	
2	35146	
3	36078	2,65
4	37034	
5	38015	

Nota: (Censo de Población y de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010). Elaborado por Patricia Calderón

7.1.1. Demanda Potencial

Para poder obtener la demanda potencial, se utilizó el total de la población de jóvenes del cantón Loja del año 2010, la misma que fue de 25.016 jóvenes que presenta una tasa de crecimiento 2,65% anual. Como el paso principal se deduce la población de jóvenes que están dentro del rango de edad del segmento de mercado que son jóvenes económicamente activos de edades de entre 20 a 34 años que corresponden a 25.016 jóvenes la misma se proyectó para el año 2021 dando como resultado una población objeto de estudio de 33.355 jóvenes que representan el 100% del segmento de mercado objetivo, en este contexto, para determinación de la demanda potencial mediante el uso de la encuesta se planteó la pregunta ¿Le gusta las chompas tela fleece perchado también conocidas como buzos o hoodies? Obteniendo como resultado según la Tabla N° 9 que el 94% de la población de estudio gustan de esta prenda dando con esto un resultado de demandantes en el año 0 de 31.354 mismo que tiene un promedio de adquisición anual de 3 hoodies, según lo reflejado en la Tabla N° 12. Obteniendo con esto una demanda potencial de 94.061 hoodies anuales como se muestra a continuación.

Tabla 34.
Demanda Potencial

Años	Población de jóvenes	Demandantes Potencial de hoodies 94%	Promedio de consumo anual de hoodies	Demanda potencial de hoodies
0	33355	31354		94061
1	34239	32185		96554
2	35146	33038	3	99113
3	36078	33913		101739
4	37034	34812		104435
5	38015	35734		107203

Nota: Información tomada de la Tabla N°9. Y Tabla N°11. Elaborado por Patricia Calderón

7.1.2. Demanda Real

La demanda real se realizó con el fin de conocer el número de demandantes que adquieren actualmente hoodies. En este contexto, para la determinación de la demanda real se basó en la pregunta de la encuesta: ¿Usa chompas de tela fleece perchado también conocidas como buzos o hoodies? Dando como resultados los datos obtenidos en la Tabla N° 10, quien arrojo que el 100% de la población encuestada dijeron que adquirirían este tipo de prendas, este resultado se lo multiplico por la demanda potencial ya obtenida dando como resultado una demanda real en el año 0 de 94.061.

Tabla 35.
Demanda Real

Años	Demanda potencial de hoodies	Porcentaje de aceptación	Demanda real 100%
0	94061		94061
1	96554		96554
2	99113	100%	99113
3	101739		101739
4	104435		104435
5	107203		107203

Nota: Información tomada de la Tabla N°10. Y Tabla N°34. Elaborado por Patricia Calderón

7.1.2.1. Uso por tallas

La demanda real fue obtenida con los datos de la pregunta de la encuesta: ¿Qué talla de

chompa/hoodies/buzos compra con frecuencia? Con esto se obtuvieron los resultados reflejados en la Tabla N° 16, por consiguiente, esta tabla muestra que la talla de hoodies más adquirida anualmente es la talla L con un 43% del total de encuestados, seguida tenemos a la talla M con un 33%, la talla S le sigue con un 12%, la talla XL le sigue con 11%; y, finalmente se encuentra la talla XXL que apenas es adquirida por un 1% del total de encuestados.

Tabla 36.

Demanda Real por tallas

Años	Demanda real 100%	Talla S 12%	Talla M 33%	Talla L 43%	Talla XL 11%	Talla XXL 1%
0	94061	11287	31040	40446	10347	941
1	96554	11586	31863	41518	10621	966
2	99113	11894	32707	42618	10902	991
3	101739	12209	33574	43748	11191	1017
4	104435	12532	34464	44907	11488	1044
5	107203	12864	35377	46097	11792	1072

Nota: Información tomada de la Tabla N°16 y Tabla N°35. Elaborado por Patricia Calderón

7.1.3. Demanda Efectiva

Se obtuvo la demanda efectiva en base a la pregunta: Si en la ciudad de Loja se implementará una empresa de confección de chompas/hoodies/buzos estaría usted dispuesto adquirir el producto? Obteniendo los datos reflejados en la Tabla N° 23. La cual arroja que el 98% de la población encuestada estaría dispuesta a adquirir las hoodies que ofrece la empresa, en este contexto, se procedió a multiplicar la demanda real por el 98% de personas que contestaron que si estarían dispuestos a comprar obteniendo una demanda efectiva en el año cero de 92.180.

Tabla 37.

Demanda Efectiva

Años	Demanda real 100%	Porcentaje de aceptación	Demanda efectiva 98%
0	94061		92180
1	96554		94623
2	99113		97130
3	101739	98%	99704
4	104435		102347
5	107203		105059

Nota: Información tomada de la Tabla N°23 y Tabla N°35. Elaborado por Patricia Calderón

7.2. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de productos que los ofertantes de hoodies están dispuestos a poner a la venta en el mercado Lojano a un precio determinado. En este contexto, a continuación, se presenta el análisis de la oferta de hoodies del mercado Lojano, para el presente análisis se tomó un número considerable de 14 empresas entre productoras, importadoras y comercializadoras que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 38.
Oferentes de la ciudad de Loja

Nombre de la empresa	Tipo
Vatex	Distribuidora y comercializadora
Impomark	Importadora y comercializadora
Balú	Comercializadora
SyM Fashión	Comercializadora
RM	Distribuidora y comercializadora
Terra	Comercializadora
Mil modelos	Comercializadora
Outdoor&sports	Comercializadora
Orange boutique Loja	Comercializadora
Express Loja	Comercializadora
clothesmeneurope	Comercializadora
Pinto	Comercializadora
Marathon Sports	Distribuidora y Comercializadora
Trendy	Comercializadora

Nota: Información tomada de la Tabla N°.25. Elaborado por Patricia Calderón

Luego de la determinación de un número considerable de oferentes para encuestar a sus distintitos gerentes y administradores se obtuvo un promedio de venta diaria de 8 hoodies, gracias a la pregunta: ¿qué cantidad de chompas vende usted al día? Según se refleja en la tabla N° 27. Con base a esta estimación se procedió a realizar la proyección de la estimación de la oferta. Para la estimación de la oferta para el horizonte del proyecto que es de 5 años se consideró la tasa de crecimiento del sector manufacturero del 2,60% (Cámara de industrias y la producción, 2021) del año 2021.

Tabla 39.
Estimación de la oferta

Años	Tasa de crecimiento sector manufacturero	Venta anual de hoodies
0		2920
1		2996
2		3074
3	2,60%	3154
4		3236
5		3320

Nota: Información tomada de la Tabla N°27. Elaborado por Patricia Calderón

7.3. Demanda Insatisfecha

Una vez, calculadas las demandas potencial, real y efectiva; también con la estimación de la oferta se procede a calcular la demanda insatisfecha de hoodies, tomando los resultados de la demanda efectiva reflejada en la Tabla N° 37 y la estimación de la oferta reflejada en la Tabla N° 39 con esto se obtuvo una demanda insatisfecha en el cero de 89.260 hoodies, 91.627 en el primer año, 94.057 en el segundo año, 96.551 en el tercer año, 99.111 en el cuarto año y 101.739 en el quinto año. A continuación, se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 40.
Demanda Insatisfecha

Años	Demanda efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	92180	2920	89260
1	94623	2996	91627
2	97130	3074	94057
3	99704	3154	96551
4	102347	3236	99111
5	105059	3320	101739

Nota: Información tomada de la Tabla N°37 y Tabla N°39. Elaborado por Patricia Calderón

7.4. Plan De Comercialización

Para el plan de comercialización se definieron las estrategias que permitirán llegar con toda la información necesaria al mercado objetivo, además, se analizarán en forma detallada los cuatro factores fundamentales como: el producto, precio, plaza y promoción; iniciando primeramente con la imagen corporativa y el eslogan que utilizará la nueva empresa de producción y comercialización de hoodies unisex en el cantón Loja.

7.4.1. Producto

El producto que se comercializará serán hoodies unisex, es decir que serán de uso tanto para mujeres como para hombres. Los colores en que se ofertarán las hoodies serán: en negro, blanco, beige y rojo. Y, por último, se producirán hoodies unisex en las tallas: M y L respectivamente.

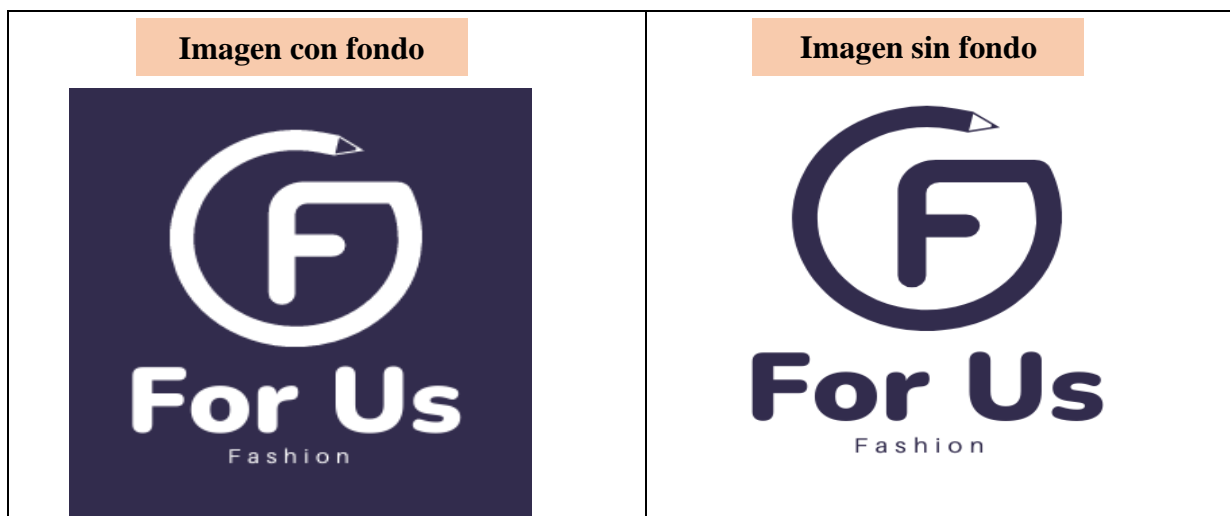
7.4.1.1. Marca

La empresa tendrá la denominación de “For Us” que español se traduce como “Para Nosotr@s” a continuación se muestra el logo de la empresa.

- **Imagen del producto**

Figura 26.

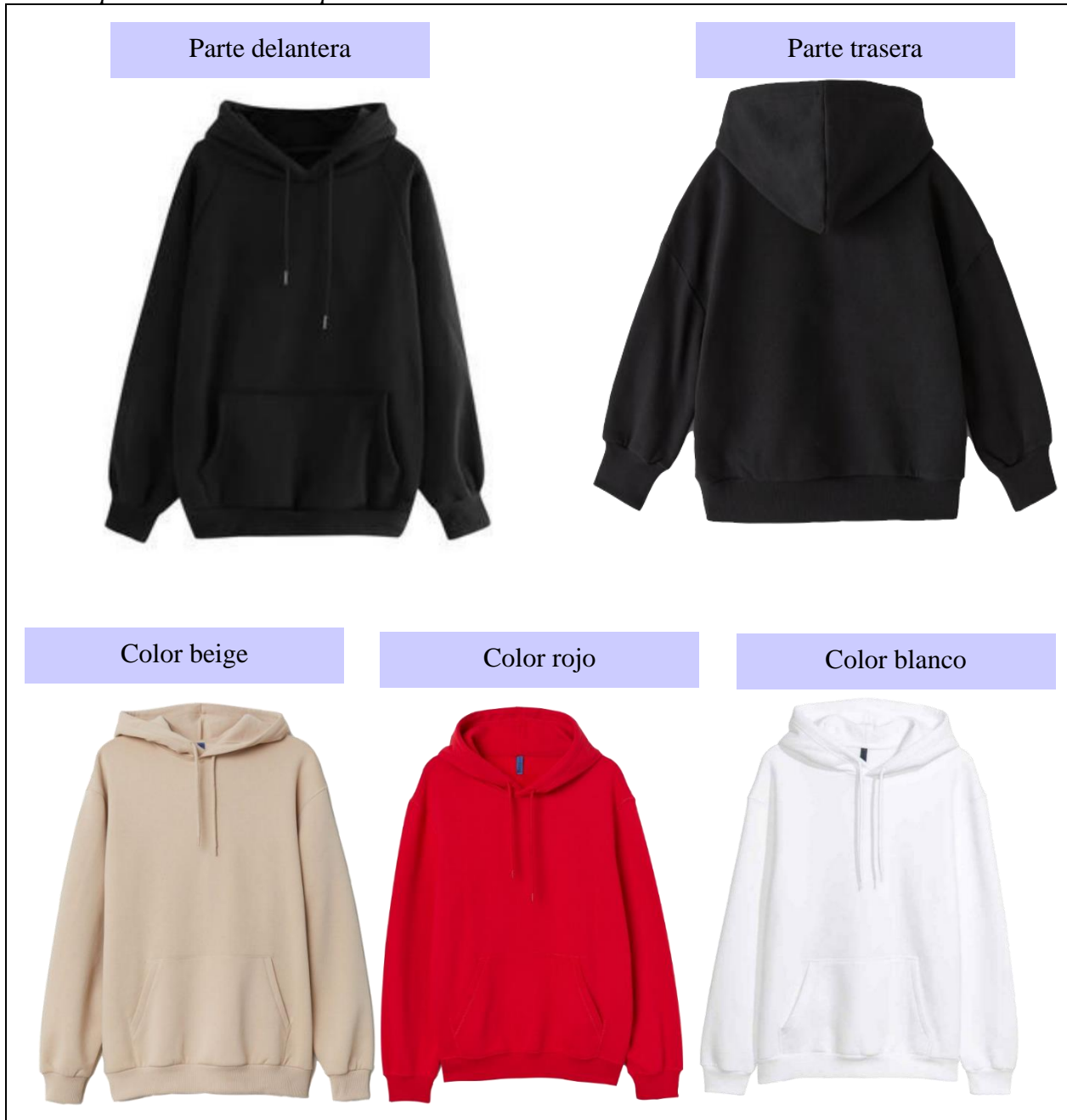
Propuesta de Logotipo



Nota: Elaborado por Patricia Calderón

- **Hoodies llanas color negro**

Figura 27.
Propuesta de diseño de productos



Nota: Elaborado por Patricia Calderón

- **Empaque**

El empaque de las hoodies será de una funda plástica que llevará el logo y datos informativos de la empresa, las medidas de la funda serán 33cm de largo por 25cm de ancho y 6cm de fuelle

tendrán un costo de \$30 dólares el ciento.

- **Etiqueta**

La etiqueta será colocada en la parte del cuello de la hoodie, dicha etiqueta será en tela full color, en material de satín; en ella se especificará algunas indicaciones de uso, la composición de la misma, el logo y datos de la empresa.

Tabla 41.

Presupuesto de embalaje

Cantidad	Unidad de medidas	Descripción	Precio	Total
457	Unidades	Empaque de hoodies	0,03	14
457	Unidades	Etiqueta	0,01	5
Valor total Mensual				18
Valor total Anual				219

Nota: Licotec S.A. y Ecuapack. Elaborado por Patricia Calderón

7.4.2. Precio

- **Estrategias**

Para el establecimiento del precio que se considerará en los siguientes parámetros:

1. Se propondrán en base a los costos de producción y el margen de utilidad, la mano de obra que es el determinante principal de la calidad y la cantidad de producción.
2. Se hará referencia a los precios de venta de la competencia de los productos similares en el mercado local, a fin de que el producto se posicione con facilidad en los primeros meses.
3. Se considerará la situación socioeconómica de la población, de esta manera el producto pueda estar al alcance del presupuesto de todos en general.
4. La empresa compite por diferenciación, es decir por la principal característica que posee “variedad, innovación, diseño y calidad”.
5. Las estrategias a utilizar en cuanto al precio son técnicas que apelen a la psicología del consumidor. Por ejemplo, aplicar precios terminados en 7 y 9 ya que el producto a percepción de los clientes les parecerá más barato que un precio terminado en 0.
6. Al iniciar se ingresará con precios accesibles y de esta manera introducir en el mercado y en la mente de los clientes ya que la idea es generar utilidades a futuro una vez teniendo

clientes recurrentes.

7.4.3. Plaza

- **Estrategias**

La plaza a ser considerada para la promoción y comercialización de las hoodies unisex, será el cantón Loja, para lo cual se tiene programada la venta directa como canal de comercialización.

1. Venta Directa

La venta directa consistirá en que el demandante de las hoodies podrá comprar el producto en forma directa en las instalaciones de la empresa que se encontrará en la ciudad de Loja evitando incurrir en mayores gastos.

2. Venta Indirecta

La venta indirecta consistirá en que el demandante de las hoodies las adquirirá a través de las redes sociales de la empresa, y su pedido será entregado a través de delivery con quién se realizará una alianza estratégica con un motorizado, el cual será el medio para realizar los pedidos de hoodies a domicilio.

3. Venta a locales comerciales

Esta venta consistirá en vender a precio al por mayor las prendas a locales comerciales de ropa de la ciudad de Loja.

7.4.4. Publicidad

- **Estrategias**

Para la contratación de la publicidad de la empresa se considerará los resultados obtenidos en el estudio de mercado, de las encuestas a los demandantes del producto en el cantón Loja, que dio como resultado que la publicidad que más llega y consume el cliente es la que realiza a través de redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok. Con este resultado se decidió contratar la publicidad en estas redes sociales en horario de la noche ya que los encuestados manifestaron que es el horario en que más usan redes sociales.

Se realizará publicidad digital a través de las redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok) junto con la creación de valor y de esta manera ser un diferenciador de otras tiendas, con el objetivo de poder difundir y hacer conocer los productos que ofrece la empresa, para hacer que los clientes prefieran los productos que se comercializarán antes que los de la competencia como se muestra a

continuación algunos posts publicitarios que fueron elaborados en Canva debido a que es un programa de edición y diseño:

Figura 28.

Propuesta de publicidad



Nota: Elaborado por Patricia Calderón

Tabla 42.

Presupuesto de publicidad

Meses	Descripción	Valor unitario	Total
7	Instagram	10	70
7	Facebook	10	70

Nota: Información tomada de la plataforma de precios de Facebook e Instagram. Elaborado por Patricia Calderón

7.4.5. Promoción

- **Estrategias**

Se realizarán promociones y descuentos en fechas especiales de San Valentín, día de la mujer, día de la madre, día del padre, navidad y año nuevo, el descuento será del 10% a las primeras 10 personas que compren la cantidad de 50 dólares en compras.

Tabla 43.

Presupuesto de publicidad

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Total
6	Fechas especiales	50	350

Nota: Elaborado por Patricia Calderón

7.5. Estudio Técnico

Es uno de los puntos principales que servirán para determinar los recursos que se va a utilizar en este contexto este estudio permitirá determinar cuál será el monto final de inversión del proyecto como la tecnología que se requerirá, el espacio físico necesario, los materiales a utilizarse, localización, mano de obra necesaria y el proceso productivo a llevarse a cabo.

7.5.1. Tamaño de la empresa

Es la capacidad que se deberá establecer la empresa para cubrir de una manera adecuada la demanda insatisfecha del mercado objetivo, es decir, es el volumen de producción de hoodies que presentara el proyecto durante su vida útil.

7.5.1.1. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el volumen de producción de hoodies llanas que es de 72 minutos siendo esto 1 hora y 12 minutos y se procede a calcular las capacidades en función de la mano de obra (operarios) que se necesitan para cada proceso productivo como se muestra a continuación:

Tabla 44.

Capacidad Instalada

Producción hoodies en 1 hora y 12 minutos	Número de horas laborables	Producción diaria	Días laborables	Producción anual
1	24	21	365	7665

Nota: Lastenia Cueva. Elaborado por Patricia Calderón

7.5.1.2. Capacidad utilizada

La capacidad utilizada será en función de las 8 horas laborables que deben cumplir los trabajadores de acuerdo a lo que manda la ley. Se requerirá de 1 ayudante y dos costureras durante las primeras 8 horas laborables y para el segundo turno se 8 horas se requerirá de una ayudante de y una costurera logrando la siguiente capacidad utilizada.

Tabla 45.

Capacidad Utilizada

Producción hoodies en 1 hora y 12 minutos	Número de horas laborables	Producción diaria	Días laborables	Producción anual
1	16	21	261	5481

Nota: Lastenia Cueva. Elaborado por Patricia Calderón

Con base en la recomendación de que las empresas durante los primeros años no trabajen con el 100% de su capacidad debido a diferentes factores que se pueden presentar al iniciar el proyecto como la escasez de recursos económicos, tecnológicos, su inexperiencia en el mercado objetivo, desconocimiento de los trabajadores sobre los procesos y tecnología usada en el proceso de producción que se desea producir entre otros factores que pueden ser obstáculos para el buen desarrollo del proyecto. Por lo mencionado anteriormente este proyecto requerirá de la utilización del 72% de su capacidad total como se muestra a continuación:

Tabla 46.

Porcentaje de capacidad utilizada

Años	Capacidad instalada	Capacidad utilizada	Porcentaje de capacidad utilizada
1	7665	5481	72%
2	7665	5481	72%
3	7665	5481	72%
4	7665	5481	72%
5	7665	5481	72%

Nota: Información tomada de la Tabla N° 44y Tabla N° 45. Elaborado por Patricia Calderón

7.5.1.3. Participación en el mercado

Es aquel indicador que demuestra que tan bien una empresa se está desempeñando en el mercado con relación a sus competidores. El presente proyecto presenta una participación en el mercado del 6% en todos los 5 años de horizonte del proyecto debido a que se utiliza la misma capacidad en todos los años del proyecto.

Tabla 47.
Porcentaje de participación en el mercado

Años	Demanda insatisfecha de hoodies	Capacidad utilizada	% de Participación en el mercado
1	89260	5481	6%
2	91627	5481	6%
3	94057	5481	6%
4	96551	5481	6%
5	99111	5481	6%

Nota: Información tomada de la tabla N° 40 y Tabla N° 45. Elaborado por Patricia Calderón

7.5.2. Localización

En este punto se analiza varios lugares de localización de la planta, y se escoge el más adecuado que permita reducir costos, generar mayores ingresos y brinde una ventaja competitiva.

7.5.2.1. Macro localización

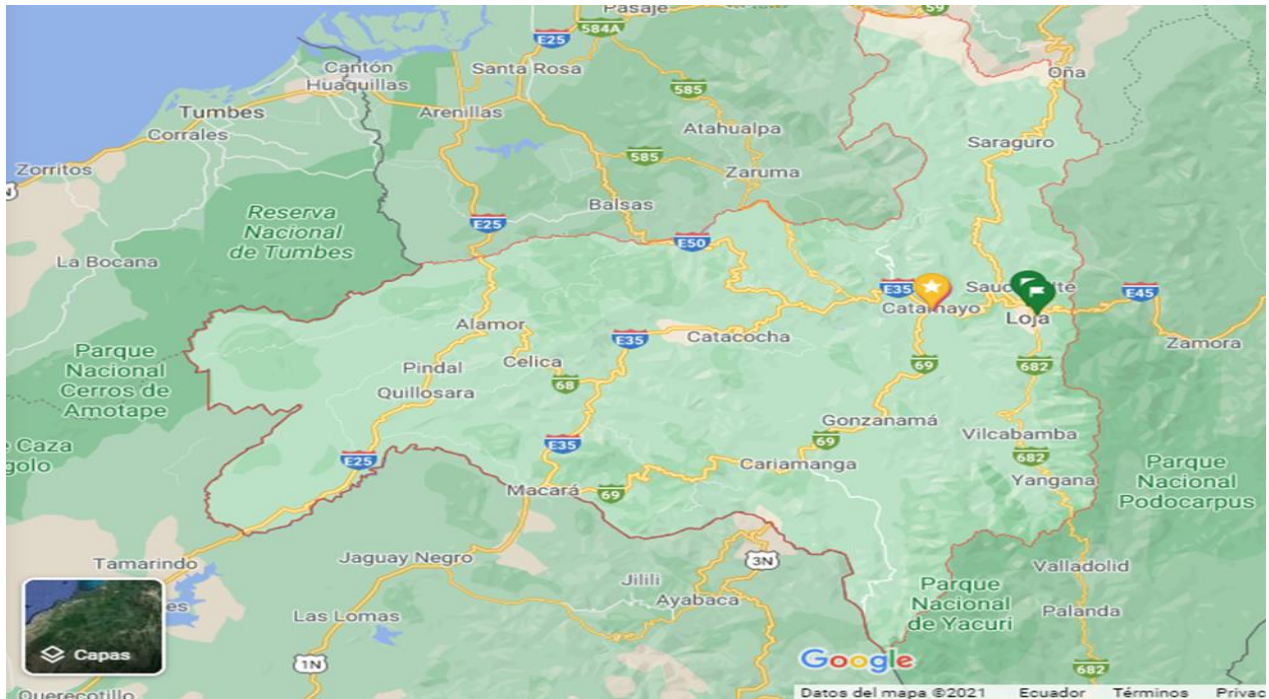
País: Ecuador

Región: Sur Zona 7

Provincia: Loja

Cantón: Loja

Figura 29.
Macro localización

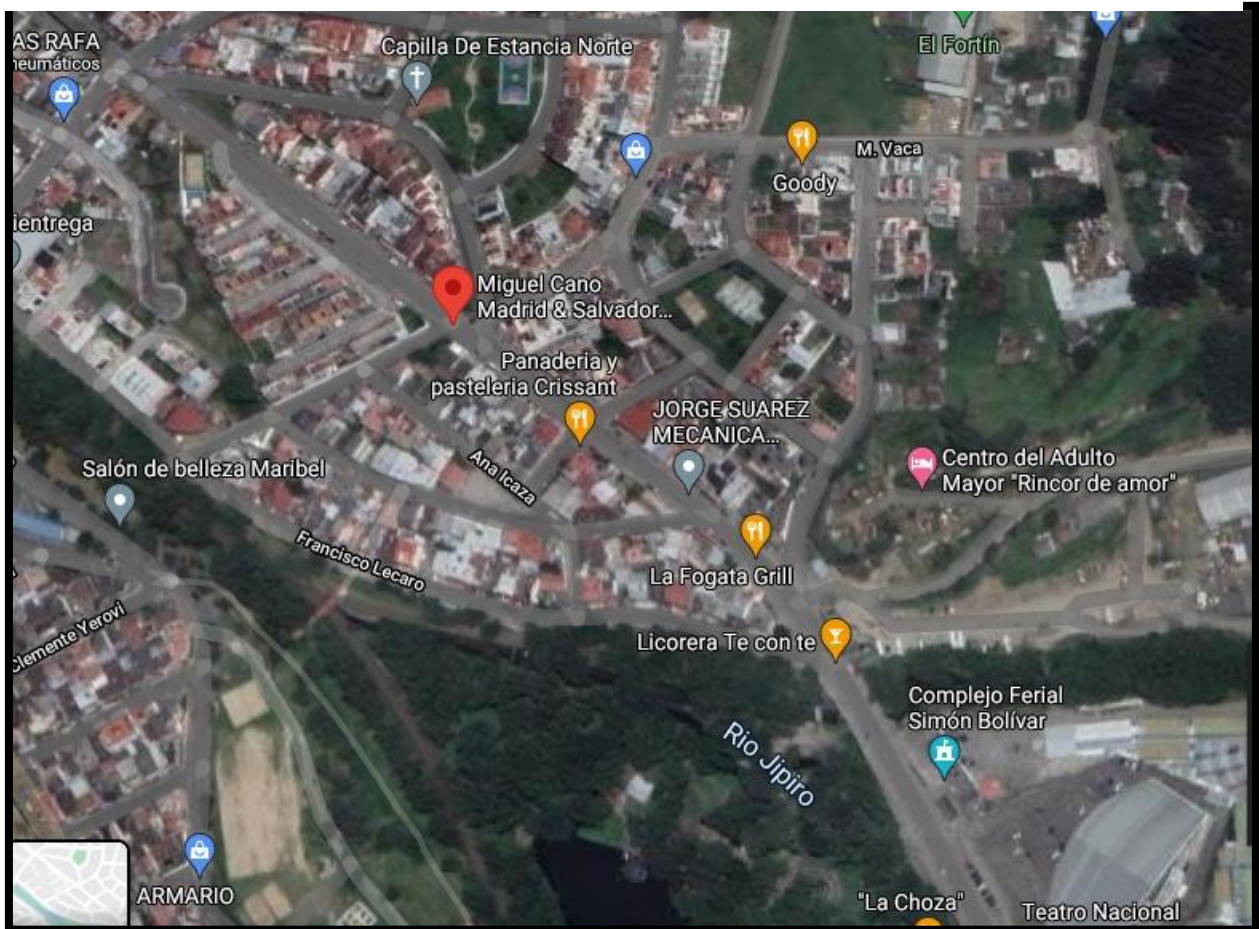


Nota: Imagen tomada de Google Maps

7.5.2.2. Micro localización

Cantón Loja, parroquia El Valle, Ciudadela la Inmaculada, calles Av. Salvador Bustamante Celi y Miguel Cano.

Figura 30.
Micro localización



Nota: Imagen tomada de Google Maps

7.5.2.3. Factores de localización, análisis y selección.

El almacén donde se llevará a cabo la producción y comercialización de las hoodies se encontrará ubicado en un punto estratégico de la ciudad de Loja debido a los siguientes factores.

- **Local visible:**

El local estará ubicado en la avenida principal por ende será más fácil de que el cliente de con la ubicación del mismo.

- **Proximidad a la demanda:**

El segmento de mercado de la empresa se encuentra en la ciudad de Loja, por lo tanto, a las empresas se encontrará en un punto estratégico dentro de esta misma ciudad.

- **Actividades complementarias:**

La localización del almacén es estratégica ya que existe una gran afluencia de personas por este sector, puesto que a pocas cuadras se encuentra el complejo ferial y el parque Jipiro, y además está cerca del acceso a las vías de entrada a la ciudad.

- **Selección de local.**

El local donde estará ubicada la empresa, se encuentra localizado en un punto estratégico, es decir un lugar en donde cualquier persona pueda ubicarse con facilidad ya que se encuentra cerca de una referencia muy conocida por la mayor parte de la ciudadanía lojana como el complejo ferial, el parque recreacional Jipiro y el teatro benjamín Carrión. El local es amplio suficiente para ubicar la maquinaria, almacenar la materia prima, almacenar los productos terminados y posee un compartimiento para exhibir las prendas que estarán a la venta, además de, vitrinas y escritorios; cuenta también con dos puertas una enrollable en la parte frontal y otra pequeña en la parte lateral, es un local iluminado, cuenta con los servicios básicos y el costo del local es cómodo y accesible.

7.5.3. Ingeniería Del Proyecto

La ingeniería del proyecto está compuesta de todo el componente tecnológico, la maquinaria, el personal requerido, la distribución física de la planta, y descripción del proceso productivo necesarias para la ejecución de las actividades de la empresa.

7.5.3.1. Componente tecnológico

Este compuesto por toda la maquinaria y equipo necesaria para llevar a cabo el proceso productivo del proyecto en cuestión. En este contexto para llevar a cabo la producción de hoodies es necesaria la adquisición de la siguiente maquinaria:

Tabla 48.

Componente Tecnológico

Máquinas



Máquina De Coser Overlock Industrial Jontex

Características

- Sistema de Lubricación automática.
- Overlock industrial de 4 hilos.
- Selección de largo de puntada de fácil manejo.
- Mecanismo sencillo para cambio y selección de largo de puntada con tornillo de ajuste delgado.
- Apertura simple de la placa de tela que facilita el enhebrado y la limpieza.
- Incluye recolector de hilachas. Sistema de alza pie con pedal. Material Liviano – Mediano-Semi Pesado.
- Incluye mueble, motor y accesorios
- Ancho de overlock 5 mm con puntada de seguridad externa.
- Aguja DC x 27 #75 #80 #90 #100.
- 2 agujas
- 4 hilos
- Velocidad regulable hasta máximo 4500 Puntadas,
- Motor SERVO integrado a la máquina de bajo consumo de energía.
- 110V.



Máquina de coser Recta Siruba Industrial

Características

- Lubricación automática.
- 4500 puntadas por minuto.
- Palanca retroceso.
- Alargadora de puntada 5.
- Máquina recta de 1 aguja material pesado
- Incluye: Tablero, estante, accesorios de norma y motor ½ HP 3.450 R.P.M.de 550 wats.



Cortadora De Tela Jontex

Características

- Cortadora 4pg circular Jontex, nueva.
- Ideal para cortar hasta 25 capas de tela
- Afilador de cuchilla incorporado
- De fácil manejo
- Gran stock en repuestos
- Con garantía de un año.

Nota: Importadora Cedillo S.A. Elaborado por: Patricia Calderón

7.5.3.2. Distribución física de la empresa

Para llevar a cabo las actividades y funcionamiento de la empresa será necesaria una distribución física del local donde operará la misma, este local estará repartido entre las diferentes áreas que conforman la empresa como lo son el área de producción, ventas y administrativa como se presenta a continuación:

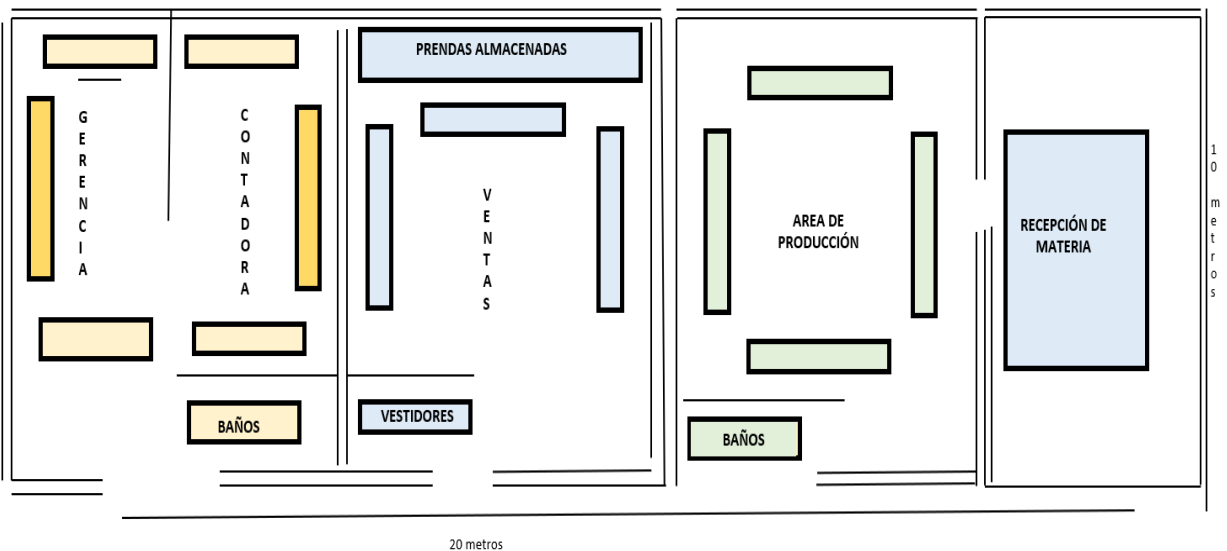
Tabla 49.
Distribución física de la empresa

Área de producción	Área administrativa	Área de ventas
Sección de Insumos y materiales	Gerencia	Sección de mercadería
Sección de corte	Mercadotecnia	Probadores
Sección de estampado	Finanzas	Sección de caja
Sección de confección		
Baño		

Nota: Elaborado por Patricia Calderón

El área física que se dispone para llevar a cabo el proyecto es de una infraestructura física de 200 m² con una extensión de 20m² en la parte de frente y una extensión de 10 m² de fondo. Del total de esta infraestructura se destina 120 m² para el área de producción, 20m² para el área administrativa y 60 m² para el área de ventas como se muestra a continuación:

Figura 31.
Distribución física de la empresa



Nota: Elaborado por Patricia Calderón


7.5.3.3. Proceso de producción

Un proceso de productivo es el conjunto de actividades orientadas al proceso de transformación de bienes en producto final. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda.

- **Diseño del producto**

Tabla 50.

Propuesta de diseño del producto

Producto: Hoodie Unisex	
Atributos físicos	
Las hoodies son usadas por hombres y mujeres jóvenes y se encuentra en las tallas M, L; en color negro, blanco, beige y rojo.	
Componentes	
<ul style="list-style-type: none"> • Tela fleece perchado • Tela rip • Hilo para costura (algodón y poliéster) • Cordón (algodón y poliéster) 	
Presentación	
Su presentación se da en una funda de plástico transparente, la hoodies presenta una etiqueta en la parte del cuello donde se encuentra información y logo de la empresa y al momento de la venta se entrega una bolsa color blanca con el logo e información de la empresa.	
Forma de comercialización	
Al por mayor y menor	
Forma	 Estilo Llano



Nota: Elaborado por Patricia Calderón

7.5.3.4. Proceso productivo

En este sentido el presente proyecto se prevé contratar a 5 operarias que trabajaran en dos turnos en el área de producción quienes desarrollaran las siguientes tareas para la elaboración de hoodies llanas:

Tabla 51.*Proceso productivo para confeccionar una hoodie*

N°	Actividades	Tiempo	Responsable	Tiempo total en minutos
1	Recepción de tela	2	Ayudante	
2	Revisión de la tela y materiales	3	Ayudante	
3	Estirar la tela	2	Ayudante	16
4	Medición de la tela (M y L)	2	Ayudante	
5	Cortar diseño	5	Ayudante	
6	Confección (Cerrar hombros, poner mangas, cerrar costados, poner capucha y bolsillos)	37	Costurera	
7	Verificar confección	2	Costurera	
8	Poner cordón	5	Costurera	
9	Colocar etiqueta	3	Costurera	56
10	Acabados	5	Costurera	
11	Verificar Acabados	2	Costurera	
12	Empacar	2	Costurera	
13	Transportar a bodega	1	Ayudante	
14	Almacenar	1	Ayudante	
	Total	72		72

Nota: Información obtenida de la Costurera Lastenia Cueva. Elaborado por: Patricia Calderón.

Se prevé que las operarias cumplan con jornadas laborables de 8 horas diarias y 40 horas semanales como lo establece el Código de Trabajo. En este sentido, un ayudante y dos costureras trabajarán en horario de 06:00 am a 15:00 pm con una hora de almuerzo libre que será a las 12pm y, por otro lado, una costurera y un ayudante trabajarán en horario de 15:00pm a 23:00 pm con una hora libre para merienda que será a las 19:00 pm. Estos horarios serán rotativos semanalmente.








7.5.3.5. Flujograma de procesos











Es una representación gráfica de un proceso, cada paso del proceso se representa por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Muestra la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás como se muestra en el siguiente cuadro:

Flujograma de procesos para la producción de una hoodie

Tabla 52.

Flujograma de procesos para la producción de una hoodie





 Empresa “For Us” Loja- Ecuador							
Operación: Producción	Hoja N°: 1	Resumen: Flujograma de un proceso que dura 1h con 12 minutos					
Producto: Hoodies Unisex	Diseñado por: Patricia Calderón		Inicio/Fin				
Lote N°: 1	Fecha:		Operación				
Autorizado por:			Inspección				
			Transporte				
			Almacenamiento				
Descripción de actividad						Tiempo	Responsable
Inicio del proceso							
Recepción de la tela						2	Ayudante
Revisión de la tela y materiales						3	Ayudante
Estirar la tela						2	Ayudante
Medición de la tela						2	Ayudante
Corte del diseño						5	Ayudante

Confección (Cerrar hombros, poner mangas, cerrar costados, poner capucha y bolsillo)								37	Costurera
Verificar confección								2	Ayudante
Poner cordón								5	Costurera
Colocar etiqueta								3	Costurera
Acabados								5	Costurera
Verificar acabados								2	Ayudante
Empaquetar								2	Costurera
Transportar a bodega								1	Ayudante
Almacenar								1	Ayudante
Fin del proceso									
TIEMPO TOTAL POR PROCESO								72 min	

Nota: información brindada por la Costurera Lastenia Cueva. Elaborado por Patricia Calderón

Tabla 53.

Descripción de figuras de flujograma

	Inicio/fin		Actividad		Inspección		Transporte		Almacenamiento
---	------------	---	-----------	---	------------	---	------------	---	----------------

Nota: Información tomada de (Pasaca M., 2011) Formulación de proyectos de inversión. Elaborado por Patricia Calderón

7.5.3.6. Balance de materia prima

Para el balance de materia prima, se realizó un cálculo de la cantidad que se va a necesitar de cada una de las telas y materiales que serán usados en la elaboración de hoodies, esto en base a la capacidad utilizada por cada una de las tallas a elaborar que son la M y L según lo demuestra Tabla N° 16, en base a esto se procedió a multiplicar la cantidad de cada tela y material usado en una hoodie por el número de prendas que se producirán diaria, mensual, y anualmente como se lo detalla a continuación:

Tabla 54.
Balance de Materia Prima

Suministro principal	Metro de la tela necesarios 1 hoodie talla M	Metro de la tela necesarios 1 hoodie talla L
Tela fleche perchado	1,5	1,75
Producción diaria	32	37
Producción mensual	392	457
Producción anual	8222	9592
Tela Rib	0,36	0,38
Producción diaria	8	8
Producción mensual	94	99
Producción anual	1973	2083
Hilo	1,75	2
Producción diaria	37	42
Producción mensual	457	522
Producción anual	9592	10962
Cordón	0,95	0,98
Producción diaria	20	21
Producción mensual	248	256
Producción anual	5207	5371
Etiqueta	1	1
Producción diaria	21	21
Producción mensual	21	21
Producción anual	5481	5481
Funda de empaque	1	1
Producción diaria	21	21
Producción mensual	261	261
Producción anual	5481	5481

Nota: Lastenia Cueva Costurera. Elaborado por Patricia Calderón

7.6. Estudio Administrativo y Legal

Este estudio es muy importante debido a que aquí se determinan las restricciones legales existentes además de la organización administrativa para direccionar el funcionamiento eficaz y eficiente de las actividades de la empresa.

7.6.1. Forma jurídica de constitución

El estudio legal es el punto de referencia importante para la realización de un proyecto con el se determina la existencia de impedimentos legales que pueden existir para llevar a cabo el

mismo, también se establece el tipo legal de la empresa y los requisitos necesarios para su legal constitución.

7.6.2. Tipo legal de empresa

La empresa “For Us” estará constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada cuyas siglas som CIA. LTDA. El capital se constituye con un numerario o especies por un valor mínimo de \$400 dólares. “For Us” contará con un número de 4 socios los mismos que aportarán el 25% cada socio. El local donde llevará a cabo sus actividades estará domiciliada al norte de la ciudad de Loja.

Requisitos para su constitución

- Reserva de nombre en la página de la Super Intendencia de Compañías
- Elaboración de estatutos.
- Elevación a escritura pública.
- Inscripción de la compañía
- Junta general de socios
- Documentos habilitantes de la compañía
- Apertura de cuenta bancaria
- Obtención del RUC
-

7.6.3. Modelo de acta constitutiva

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase extender en su registro de escrituras públicas una de la cual conste el contrato de Compañía de Responsabilidad Limitada que se celebra al tenor de las siguientes cláusulas: **CLAUSULA PRIMERA.- COMPARECIENTES.-** Comparecen por sus propios y personales derechos al otorgamiento de la presente escritura pública las señoras CALDERÓN CALDERÓN PATRICIA VERÓNICA, portadora de la cédula de ciudadanía número uno uno cero cinco siete ocho uno siete cero guion cero (110578170-0), de estado civil soltera; QUINTUÑA GONZALEZ MARÍA DE LOS ANGELES, portadora de la cedula de identidad uno uno cinco cero uno seis siete cero dos guion nueve (115016702-9), de estado civil soltera; BENÍTEZ RAMÓN JOHANNA CAROLINA, portadora de la cédula de ciudadanía uno uno cinco cero cero ocho dos siete cero guion nueve (115008270-9), de estado civil soltera; y ROBLES PARDO JAMES ALEXANDER portador de la cédula de ciudadanía número uno uno cinco cero cero seis nueve uno seis guion

siete (115006916-7), de estado civil soltero; ecuatorianos y domiciliados en el cantón Loja y de tránsito por esta ciudad de Loja; legalmente capaces para contratar y obligarse.- **CLAUSULA SEGUNDA: CONSTITUCIÓN.**- Las comparecientes convienen en celebrar el presente contrato por el cual constituyen una Compañía de Responsabilidad Limitada que se denominará COMPAÑÍA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HOODIES UNISEX “FOR US” CIA LTDA.- **CLAUSULA TERCERA.- ESTATUTOS.**- La COMPAÑÍA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HOODIES UNISEX “FOR US” CIA LTDA se organiza de conformidad con las leyes vigentes en la República del Ecuador, por lo dispuesto en la Ley de Compañías y con las estipulaciones contenidas en los siguientes estatutos: **CAPÍTULO I DEL NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y DURACIÓN DE LA COMPAÑÍA.- ARTÍCULO UNO.- NOMBRE:** La denominación de la Compañía es COMPAÑÍA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HOODIES UNISEX “FOR US” CIA LTDA **ARTÍCULO DOS.- NACIONALIDAD y DOMICILIO:** La Compañía es de nacionalidad ecuatoriana y tendrá su domicilio principal en la ciudad de Loja, Provincia de Loja, pero podrá establecer sucursales en otras ciudades del resto del país.- **ARTÍCULO TRES.- OBJETO SOCIAL:** El objeto social de la Compañía, es el de: la producción y comercialización. de hoodies unisex para hombres y mujeres una gran variedad de tallas y colores, la Compañía en general podrá intervenir en licitaciones nacionales sean estas públicas o privadas y realizar todo cuanto acto o contrato, civil o mercantil sea necesario. La Compañía no podrá dedicarse a actividades incompatibles con su objeto social o prohibido por la ley.- **ARTÍCULO CUATRO.- DURACIÓN:** La duración de la Compañía será de veinte años, contados desde la fecha de inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil, pero este plazo podrá prorrogarse, disolverse o liquidarse antes de su cumplimiento, de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Compañías y en los Estatutos.- **CAPÍTULO II DEL CAPITAL Y SU INTEGRACIÓN.- ARTÍCULO CINCO.- CAPITAL:** El capital social de la compañía es de CUATROCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$ 400,00 USD.) dividido en CUATROCIENTAS PARTICIPACIONES de UN DÓLAR CADA UNA, las que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos Estatutos; certificado que estará firmado por el Gerente General y por el Presidente de la Compañía. La aportación de los socios en la integración de este capital social se efectúa en numerario. - **ARTÍCULO SEIS. - PARTICIPACIONES:** Las participaciones serán iguales,

acumulativas e indivisibles. Cada participación da derecho, en proporción a su valor pagado, a voto en la Junta General, a participar en las utilidades y a los demás derechos establecidos en la Ley.

- **ARTÍCULO SIETE. - PARTICIPACIONES Y TRANSFERENCIAS:** La participación que tiene el socio en la Compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la Compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social. La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la Compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario. De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en los respectivos protocolos del notario. Las Participaciones de los socios de esta Compañía son transmisibles por herencia, conforme a la Ley.

- **CAPÍTULO III DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS: ARTÍCULO OCHO. - ORGANO SUPREMO y ATRIBUCIONES:** La Junta General es el órgano supremo de la Sociedad y tendrá todos los deberes, atribuciones y responsabilidades que señala la ley, y sus resoluciones, válidamente adoptadas, obligan aún a los ausentes o disidentes, salvo el derecho de oposición en los términos de la Ley de Compañías. Son atribuciones de la Junta General, además de las establecidas en el Artículo noveno de los presentes estatutos, las siguientes: **a)** Nombrar y remover por causas legales al presidente, al Gerente General de la Compañía y fijar sus remuneraciones. Estos podrán ser o no socios de la Compañía; **b)** Resolver la emisión de partes beneficiarias y de obligaciones; **c)** Resolver sobre el aumento o disminución del capital suscrito, la constitución de reservas legales, la amortización de participaciones, la fusión, transformación, disolución y liquidación y, en general, acordar todas las modificaciones al contrato social y las reformas de estatutos de acuerdo con la ley; **d)** Interpretar los estatutos sociales de modo obligatorio; **e)** Autorizar al Representante Legal para comprar, enajenar, preñar o arrendar bienes inmuebles a nombre de la Compañía; **f)** Cumplir con todos los demás deberes y ejercer todas las demás atribuciones que le correspondan según la ley y los presentes estatutos.- **ARTÍCULO NUEVE.- JUNTAS ORDINARIAS:** Las Juntas Generales Ordinarias se reunirán, por lo menos una vez al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, para considerar los siguientes asuntos: a) Resolver acerca de

la distribución de los beneficios sociales quedando establecido que el 10 % de los mismos cada año pasará a constituir el fondo de capitalización de la Empresa; **b)** Considerar cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo a la convocatoria, y resolver al respecto.- **ARTÍCULO DIEZ.- JUNTAS EXTRAORDINARIAS:** Las Juntas Generales Extraordinarias se reunirán en cualquier época del año, en el domicilio principal de la Compañía. En las Juntas Extraordinarias no podrá tratarse sino de los asuntos para los cuales fueron expresamente convocadas, salvo lo prescrito en el Artículo doscientos treinta y ocho de la Ley de Compañías y en el Artículo décimo quinto de los presentes estatutos.- **ARTÍCULO ONCE.- PRESIDENCIA Y SECRETARÍA:** Actuarán como Presidente y Secretario de la Junta General el Presidente y el Gerente General de la Compañía, a falta de cualquiera de ellos, sus delegados y a falta de ellos las personas que la misma Junta General designare para el efecto.- **ARTICULO DOCE.- MAYORÍA:** Las decisiones de las Juntas Generales serán tomadas por mayoría de votos del capital social, salvo las excepciones previstas en la Ley y los Estatutos. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría numérica. - **ARTÍCULO TRECE. - CONVOCATORIA:** Las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias, pueden ser convocadas por el Gerente General o el Presidenta de la Compañía. El o los socios que representen por lo menos el veinticinco por ciento del capital social podrán pedir por escrito, en cualquier tiempo, al administrador o a los organismos directivos de la Compañía, la convocatoria a una Junta General de socios para tratar de los asuntos que indiquen en su petición. La Junta General sea Ordinaria o Extraordinaria, será convocada con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión de acuerdo con la Ley, sin perjuicio de lo establecido en el artículo décimo quinto. La convocatoria se realizará, mediante nota escrita cursada a cada socio dejando constancia del recibido. La convocatoria deberá señalar lugar, día, hora y objeto de la reunión y sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria bajo pena de nulidad. - **ARTÍCULO CATORCE. - QUORUM DE INSTALACIÓN:** **a)** La Junta General Ordinaria o Extraordinaria, no podrá considerarse constituida para deliberar en primera convocatoria, si no está representada por los concurrentes a ella, más de la mitad del capital social. Si la Junta General no pudiere reunirse en primera convocatoria por falta de quórum, se procederá a una segunda convocatoria, la que no podrá demorarse más de treinta días de la fecha fijada para la primera reunión; **b)** Las Juntas Generales se reunirán mediante segunda convocatoria, con el número de socios presentes y se expresara así en la convocatoria que se haga. En la segunda convocatoria no podrá modificarse el objeto de la

primera convocatoria; **c)** Para que la Junta General ordinaria o extraordinaria pueda acordar válidamente el aumento o disminución del capital, la transformación, la fusión o la disolución de la Compañía y en general cualquier modificación de los estatutos se estará a lo dispuesto en la ley; **d)** Para la verificación del quórum no se esperará más de una hora desde la prevista en la convocatoria.- **LAS CUASALES DE DISOLUCION DE LA SOCIEDAD.**- La sociedad deberá disolverse por las siguientes razones (causas legales o estatutarias): **a.-** Por el cese en el ejercicio de la actividad o actividades que constituyan el objeto social. En particular, se entenderá que se ha producido el cese tras un período de inactividad superior a un año; **b.-** Por la imposibilidad manifiesta de conseguir el fin social. En este caso la imposibilidad puede nacer tanto de la obtención de lucro como de la dificultad de desarrollar el objeto social. Debe estar causado por circunstancias sobrevenidas de diferente carácter (técnicas, humanas, económicas, etc.) o a causas externas o internas que impidan alcanzar el objeto por el que se creó la sociedad. Las causas deberán ser claras y manifiestas y de carácter permanente para justificar su disolución; **c.-** Por la paralización de los órganos sociales de modo que resulte imposible su funcionamiento; **d.-** Por pérdidas que dejen reducido el patrimonio neto a una cantidad inferior a la mitad del capital social, a no ser que éste se aumente o se reduzca en la medida suficiente, y siempre que no sea procedente solicitar la declaración de concurso; **e.-** Por reducción del capital social por debajo del mínimo legal, que no sea consecuencia del cumplimiento de una ley (El acuerdo de reducción del capital por debajo del mínimo legal sería nulo de pleno derecho, por ser contrario a la Ley. La decisión la deberá tomar la Junta General que concluirá si acaba disolviendo la Sociedad o si aumenta el capital hasta una cifra superior o igual a su capital mínimo); **f.-** Porque el valor nominal de las participaciones sociales sin voto o de las acciones sin voto excediera de la mitad del capital social desembolsado y no se restableciera la proporción en el plazo de dos años; **g.-** Por cualquier otra causa establecida en los estatutos; **h.-** Por sentencia judicial que declare la nulidad de la sociedad; **i.-** El acuerdo del 50% de los socios para terminar la sociedad; **i.-** El mal manejo de la Sociedad por los representantes legales de la misma.- **ARTÍCULO QUINCE.- JUNTAS UNIVERSALES:** No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unidad la celebración de la junta. Sin embargo, cualquiera de los asistentes puede oponerse a la discusión de

los asuntos sobre los cuales no se considere suficientemente informado.- **CAPÍTULO IV DE LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD.- ARTÍCULO DIEZ Y SEIS.- ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN:** La sociedad será administrada por un Presidente y por un Gerente General quienes durarán en sus funciones DOS AÑOS.- **ARTÍCULO DIEZ Y SIETE.- DEL PRESIDENTE.- ATRIBUCIONES:** El Presidente/a de la Compañía será elegido por la Junta General de Socios de la Compañía y tendrá los siguientes deberes y atribuciones: **a)** Convocar y presidir la Junta General y suscribir conjuntamente con la Gerente General las actas correspondientes; **b)** Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía en caso de falta, ausencia o impedimento de la Gerente General; **c)** Velar por el estricto cumplimiento de las leyes de la República, los presentes estatutos y las Resoluciones de la Junta General de Socios en la marcha de la Sociedad; **d)** Firmar conjuntamente con el Gerente General los Certificados de Aportación; **e)** Sustituir al Gerente General en caso de ausencia o incapacidad temporal o definitiva, con todos sus deberes y atribuciones hasta que la Junta General designe un nuevo Gerente General; **f)** Supervigilar la gestión económica y administrativa del Gerente General y más funcionarios de la Compañía; **g)** Cumplir con todos los demás deberes y ejercer todas las demás atribuciones que le correspondan según la Ley, los presentes estatutos o los reglamentos y resoluciones de la Junta General.- **ARTÍCULO DIEZ Y OCHO.- DEL GERENTE GENERAL.- DEBERES Y ATRIBUCIONES:** El Gerente General será nombrado por la Junta General de Socios de la Compañía y tendrá los siguientes deberes y atribuciones: **a)** Representar a la compañía legal, judicial y extrajudicialmente, y administrar la Compañía sujetándose a los requisitos y limitaciones que le imponen la ley y los presentes estatutos; **b)** Dirigir e intervenir en todos los negocios y operaciones de la compañía con los requisitos señalados en estos estatutos; **c)** Abrir cuentas corrientes bancarias y girar, aceptar y endosar letras de cambio y otros valores negociables, cheques u órdenes de pago a nombre y por cuenta de la Compañía; **d)** Contratar préstamos, intervenir por si solo en la celebración de actos, contratos, operaciones, obligaciones y negocios en general, a nombre de la Compañía cuando la cuantía o monto de los mismos no sea superior a CINCUENTA MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (\$ 50.000,00 USD.), debiendo obtener autorización previa de la Junta General Extraordinaria o Universal de socios si el monto de la negociación sobrepasa lo autorizado, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley de Compañías; **e)** Vender o hipotecar bienes muebles o inmuebles de propiedad de la compañía y, en general, intervenir en todo acto o contrato

relativo a esta clase de bienes que implique transferencia de dominio o gravamen sobre ellos; **f)** Invertir a nombre de la Compañía, en acciones, participaciones o derechos de otras Compañías previa autorización de la Junta General; **g)** Conferir Poderes Especiales. Para el caso de poderes generales requerirá previamente de la autorización de la Junta General; **h)** Tener bajo su responsabilidad todos los bienes de la sociedad y supervigilar la contabilidad y archivos de la Compañía; **i)** Llevar los Libros de Actas, Expedientes de Actas, de Participaciones y de Socios y el Libro Talonario de Participaciones; **j)** Firmar conjuntamente con el Presidenta los certificados de aportaciones; **k)** Presentar anualmente un informe de actividades a la Junta General de la Compañía; **l)** Presentar anualmente a la Junta General un informe sobre los negocios sociales, incluyendo cuentas, balances y más documentos pertinentes; **m)** entregar anualmente y con la debida anticipación a la fecha de la reunión de la Junta General de Socios, un ejemplar de balance general, del estado de pérdidas y ganancias, sus anexos y de su informe; **n)** Presentar al Comisario un balance de comprobación cuando este lo requiera y entregarle, con la debida anticipación a la fecha de la reunión de la Junta General de Socios, un ejemplar de balance general, del estado de pérdidas y ganancias, sus anexos y de su informe; **o)** Elaborar el presupuesto anual y el plan general de actividades de la Compañía y someterlos a consideración la Junta General; **p)** En general, tendrá todas las facultades necesarias para el buen manejo y administración de la compañía y todas las atribuciones y deberes determinados en la Ley para los administradores; **q)** Firmar contratos, contratar préstamos así como enajenar, hipotecar bienes inmuebles de la compañía; otorgar fianzas o garantías que se requieran entre otras cosas, para el retiro de mercaderías de aduanas.- **ARTÍCULO DIEZ Y NUEVE.- RESPONSABILIDAD:** El Gerente General estará sujeto a la supervisión del Presidente por lo que, en caso de que realizare un acto o celebrare un contrato sin las autorizaciones previstas en los artículos precedentes, si bien tal acto o contrato obligará a la compañía frente a terceros de conformidad con el artículo doce de la Ley de Compañías, el Gerente General será personalmente responsable para con la compañía por los perjuicios que tal acto o contrato causare, es decir estará sometido a lo que determinada el Art. 571 del Código Civil.- **DISPOSICIONES COMUNES: ARTÍCULO VEINTE.- PERIODO DE DESIGNACIÓN:** El Presidente y el Gerente General de la Compañía podrán ser o no socios de ésta y serán elegidos por períodos de dos (2) años en el caso del Presidente y por dos (2) años para el caso del Gerente General debiendo, sin embargo, permanecer en sus cargos hasta ser debidamente reemplazados. Al término del período podrán ser reelegidos por otro nuevo período

y así indefinidamente. -**ARTÍCULO VEINTE Y UNO. - SUBROGACIONES:** En caso de ausencia o incapacidad temporal o definitiva del Gerente General le reemplazará el Presidente. El Presidente reemplazará al Gerente General hasta que la Junta General designe uno nuevo, lo reemplazará provisionalmente, con todos sus deberes y atribuciones. - **CAPÍTULO V DEL GERENTE TECNICO. - ARTÍCULO VEINTE Y DOS: DEL NOMBRAMIENTO Y DE LA DURACIÓN EN EL CARGO.** - El Gerente Técnico será nombrado por la Junta General de Socios para un periodo de dos años, pudiendo ser destituido en cualquier momento e indefinidamente reelegido, si así lo estima la Junta General. Para ocupar esta dignidad no es necesario ser socio.- **ARTÍCULO VEINTE Y TRES: DE LOS DEBERES Y ATRIBUCIONES.**- Son deberes y atribuciones del Gerente Técnico de la Compañía: **a)** Gestionar, asesorar, planificar, coordinar y ejecutar los proyectos que interesen a la Compañía; **b)** Preparar Términos de Referencia; **c)** Presentar propuestas u ofertas de obras, trabajos o proyectos de ingeniería que convengan a los intereses de la Compañía; **d)** Supervisar el desarrollo de cada proyecto; **e)** Solicitar al Gerente General la designación y aprobación del equipo técnico que trabaje en cada proyecto; **f)** Presentar al Gerente General los informes técnicos de ingeniería, dirección, ejecución y control de producción de los proyectos, obras, o trabajos correspondientes; y, **g)** Realizar cualquier actividad no especificada que, por su naturaleza u objetivo, requiera de sus conocimientos profesionales.- **CAPÍTULO VI DEL EJERCICIO ECONÓMICO, BENEFICIOS, RESERVAS, FISCALIZACIÓN Y LIQUIDACIÓN.- ARTÍCULO VEINTE Y CUATRO.- EJERCICIO ECONÓMICO:** El ejercicio económico de la sociedad terminará el treinta y uno de diciembre de cada año.- **ARTÍCULO VEINTE Y CINCO.- FONDO DE RESERVAS Y UTILIDADES:** A propuesta del Gerente General, la Junta General resolverá sobre la distribución de utilidades, constitución de fondos de reserva, fondos especiales, castigos y gratificaciones, pero anualmente se segregarán de los beneficios líquidos y realizados por lo menos el 5% para formar el fondo de reserva legal hasta que este fondo alcance el valor igual al veinticinco por ciento (25%) del capital social. La Junta General para resolver sobre el reparto de utilidades deberá ceñirse a lo que al respecto dispone la Ley de Compañías. Una vez hechas las deducciones legales, la Junta General podrá decidir la formación de reservas facultativas o especiales, pudiendo destinar para el efecto, una parte o todas las utilidades líquidas distribuidas a la formación de reservas facultativas o especiales. Para el efecto será necesario el consentimiento unánime de todos los socios presentes; en caso contrario, del saldo distribible de

los beneficios líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento (50%) será distribuido entre los socios en proporción al capital pagado que cada uno de ellos tenga en la Compañía.- **ARTÍCULO VEINTE Y SEIS.- COMISARIO:** La Junta General designará un comisario principal el mismo que tendrá los deberes, atribuciones y responsabilidades señalados por la Ley y aquellos que les fije la Junta General.- **CAPITULO VII CLAUSULA CUARTA: SUSCRIPCIÓN E INTEGRACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL.- DECLARACIÓN JURAMENTADA:** DECLARACIÓN BAJO JURAMENTO: Dando estricto cumplimiento a lo que mandan las normas contenidas en los Artículos 102 y 137, numerales 7 y 8 reformados de la Ley de Compañías, en honor a la verdad y bajo la solemnidad del juramento, conociendo la gravedad del delito de perjurio y las penas que conlleva, procedemos a hacer las siguientes declaraciones: **a)** De conformidad con lo establecido en el Art. ciento dos de la nueva codificación de la Ley de Compañías, las suscripciones efectuadas por los socios lo hacen en numerario; y, por consiguiente el Capital de la COMPAÑÍA DE LIMPIEZA Y DESBROCE “MATEITO” LTDA VEGETACIÓN CIA LTDA., se encuentra suscrito, según consta del siguiente cuadro demostrativo de Integración de Capital:

Tabla 55.

Integración del capital la Compañía de Responsabilidad Limitada

<i>SOCIO</i>	<i>CAPITAL SUSCRITO</i>	<i>CAPITAL PAGADO</i>	<i>PARTICIPACIONES</i>	
PATRICIA VERÓNICA CALDERÓN CALDERÓN	100,00	100,00	25%	100
MARÍA DE LOS ANGELES QUINTUÑA GÓNZALES	100,00	100,00	25%	100
JOHANNA CAROLINA BENÍTEZ RAMÓN	100,00	100,00	25%	100
JAMES ALEXANDER ROBLEZ PARDO	100,00	100,00	25%	100
TOTAL:	\$ 400,00	\$ 400,00	100%	400

Nota: Información obtenida del Abogado Leonardo Carrillo. Elaborado por Patricia Calderón

b) Al tratarse de aportaciones en numerario, los socios fundadores declaran bajo la solemnidad del juramento, que el capital descrito y en la forma determinada en los literales inmediatos anteriores, se depositará en una cuenta de una institución bancaria que para el efecto abrirán, en el término de

veinte días, tiempo que correrá a partir de su aprobación de la SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS; e) COMPAÑÍA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HOODIES UNISEX “FOR US” CIA LTDA., será gobernada por la junta de socios y administrada por el Presidente y el Gerente General, cada uno con las obligaciones y atribuciones que determina la ley y el estatuto contenido en este instrumento.- **CLAUSULA QUINTA: DECLARACIONES ADICIONALES.- NORMAS SUPLETORIAS.-** a) Para todo aquello sobre lo que no haya expresa disposición estatutaria se aplicarán las normas señaladas en la Ley de Compañías, y demás leyes y reglamentos pertinentes, vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos; b) **AUTORIZACIÓN.-** Autorizamos y facultamos expresamente al Abogado Luis Gonzalo Torres Largo, para que realice todas las gestiones y lleve a cabo todos los actos necesarios para obtener la legal constitución de esta compañía, su correspondiente inscripción en el Registro Mercantil, su ingreso a las entidades que por ley está obligada a pertenecer y convoque a la primera Junta General de Socios.- **NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.-** Para los periodos señalados en los Artículos vigésimo y vigésimo primero de los estatutos sociales, se designa como Presidente de la Compañía Al señor JAMES ALEXANDER ROBLEZ PARDO y como Gerente General de la misma a la señora PATRICIA VERÓNICA CALDERÓN CALDERÓN; en constancia de todo lo expuesto y, por corresponder exactamente a la verdad de los hechos, extendemos esta declaración, la misma que la reconoceremos las veces que sean necesarias y ante las instancias que correspondan.-Usted, señora Notario, se servirá agregar las demás formalidades de estilo para la perfecta validez y el pleno efecto de la presente escritura.

Requisitos para su funcionamiento

- Obtención de registro único de contribuyente RUC
- Asistir a las oficinas del SRI para solicitar un usuario y contraseña.
- Original y copia del documento de creación de la empresa.
- Original y copia del nombramiento del representante legal de la empresa.
- Certificado de votación del Representante Legal.
- Ingrese a SRI en línea de www.sri.gob.ec con su usuario y contraseña.
- Seleccione registro de la opción RUC dentro del menú “general”

Ingrese la información requerida: medios de contacto, dirección de su residencia, dirección de su establecimiento matriz, actividades económicas y actividad económica principal. Para el ingreso de direcciones usted deberá tener a la mano el Código Único Eléctrico, disponible en su planilla del servicio de electricidad.

Obtener permiso de los bomberos

- Descargar de la página web de los bomberos de la ciudad de Loja, el formulario para solicitar una inspección del local.
- Llenar el formulario.
- Acercarse a las oficinas de los bomberos y presentar el formulario.
- Solicitud de inspección de local.
- Copia del RUC.
- Los bomberos se contactarán con el solicitante para realizar la respectiva inspección de seguridad: ubicación de extintores, señalética, normas de seguridad de las maquinarias, etc.
- Informe favorable de la inspección

Obtención de permiso municipal

- Formulario n° 2 (llenar solicitud con la dirección exacta del negocio)
- Formulario de permiso de funcionamiento.
- Copia de la cédula de identidad.
- Pago de patente municipal, activo totales.
- Permiso de bomberos.
- Documentos de salud de las personas que laboran en el local (certificado de la policlínica municipal o permiso de la jefatura provincial de salud)

Proceso del registro de la marca

- Tener la marca y revisar que no esté restringido
- Ingresar al portal online con su usuario y contraseña
- Presionar la opción registro

- Opción solicitud de signo y se desplegar una planilla en la cual debe llenar y guardar caso ser rechazado le comunica y poder realizar nuevamente el proceso.
- Generar el comprobante de pago que es de 208\$ y enviar vía mail.

7.6.4. Base Filosófica

- **Visión**

Dentro de 5 años ser la empresa número uno en ventas de hoodies unisex para en la ciudad de Loja, además, ser una empresa comprometida en ofrecer productos de calidad siempre buscando la satisfacción del cliente.

- **Misión**

La empresa “FOR US” dedicada a la producción y venta de hoodies unisex busca generar un 100% de valor agregado a los clientes con productos de calidad y precios competitivos, ofreciendo, además, una asesoría siempre confiable, con el fin de mantener relaciones rentables a largo plazo con los clientes.

- **Valores**

- ❖ Honestidad.
- ❖ Transparencia.
- ❖ Creación de valor.
- ❖ Calidad.
- ❖ Compromiso con nuestros clientes.
- ❖ Esfuerzo y dedicación.
- ❖ Puntualidad

- **Políticas**

- 1) Capacitar al personal.
- 2) La mejora continua en la atención al cliente.
- 3) Mejora continua en la calidad de los productos
- 4) Política de privacidad de información personal de los usuarios

- 5) Política de privacidad de la información sobre la empresa
- 6) Política de uso de normas e implementos de bioseguridad por el COVID-19.

7.6.5. Estructura Organizativa

Para el eficiente funcionamiento y desarrollo de las actividades de la empresa es necesaria una estructura organizativa que sirven como una guía de reconcomiendo sobre las responsabilidades y el papel que ocupa cada uno de los trabajadores en la empresa.

7.6.5.1. Niveles administrativos

Para la ejecución del presente proyecto se prevé que la empresa cuente con 5 niveles jerárquicos como lo son; el nivel legislativo, ejecutivo, asesor, auxiliar o de apoyo y operativo.

- Nivel Legislativo

Este nivel constituye el primer nivel jerárquico administrativo y está conformado por la Junta General de Socios de la empresa. En este contexto sus funciones correspondientes son: Guiar al presidente, ofrecer apoyo a la gerencia y comprender su responsabilidad de supervisor.

- Nivel Directivo

Este nivel constituye el nexo entre los propietarios o socios de la empresa y los trabajadores que laboran en la empresa, y está conformado por el presidente. En este contexto, sus funciones correspondientes son representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva, ejercer la representación legal de la empresa, presidir las sesiones de la Asamblea y de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas.

- Nivel Ejecutivo

En este nivel se encuentra el gerente de la empresa el mismo tiene las funciones de ejercer la representación legal de la misma, fijar los objetivos de la empresa y planificar, organizar, dirigir, controlar y apoyar las actividades de la empresa.

- Nivel Asesor

En este nivel se encuentra el profesional contratado de manera temporal en la empresa de acuerdo a las necesidades que surjan en la misma, dicho nivel estará conformado por un asesor jurídico. En este sentido, este nivel no presenta autoridad de mando, solo se encargará de asesorar en la constitución, gestión o disolución de la empresa, negociar y redacta contratos y orientar en materia legal y fiscal al gerente de la empresa.

- Nivel Auxiliar o de Apoyo

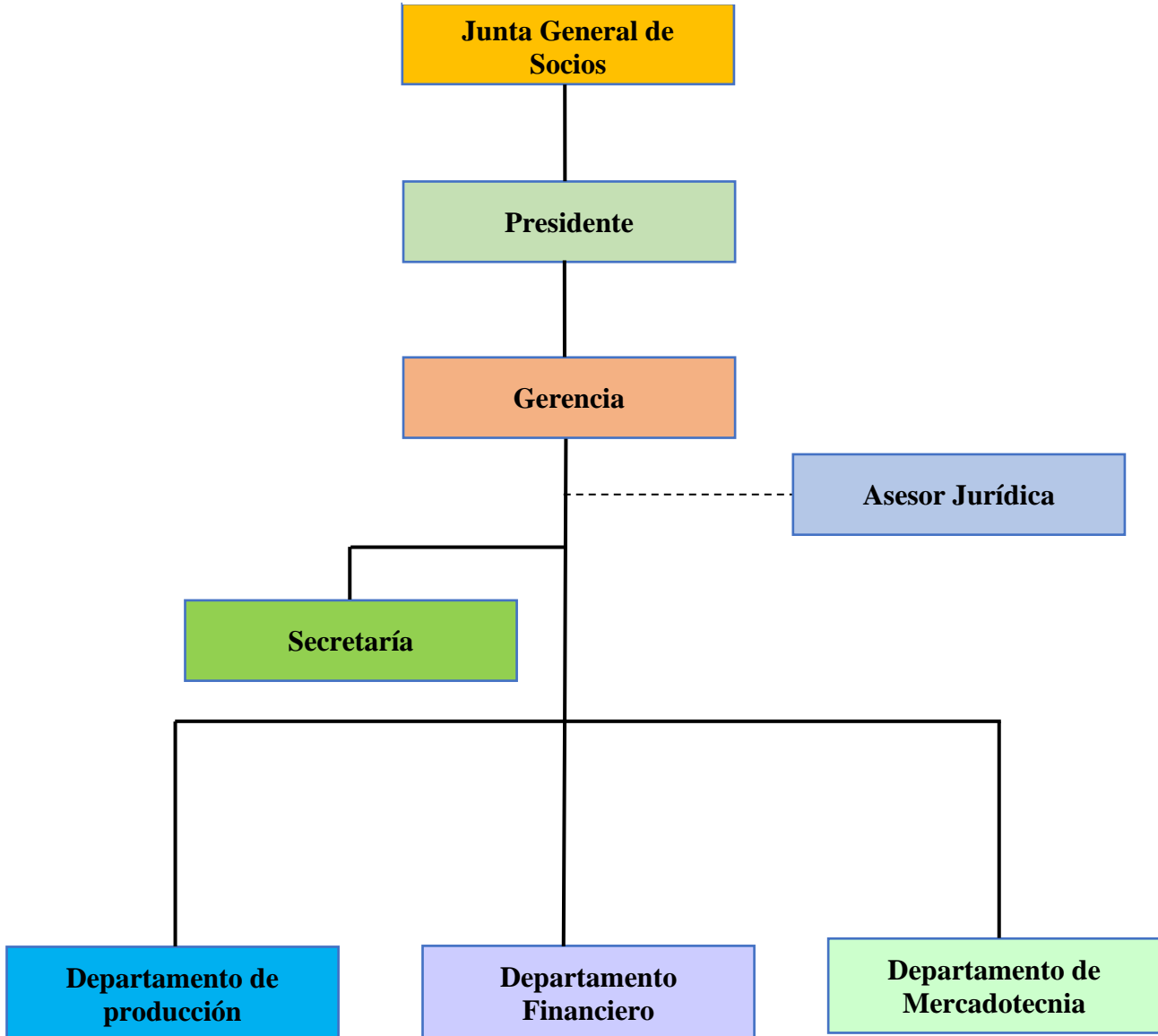
Está conformado por la secretaria-contadora cuyas funciones son mantenimiento y teneduría de libros contables, presentación de informes y cálculo de salarios de los trabajadores.

- Nivel Operativo

Este nivel está conformado por los responsables directos de la ejecución de las actividades principales de la empresa. En este contexto se encuentran los trabajadores de los departamentos de producción y ventas.

7.6.5.1.1. Propuesta de organigrama estructural

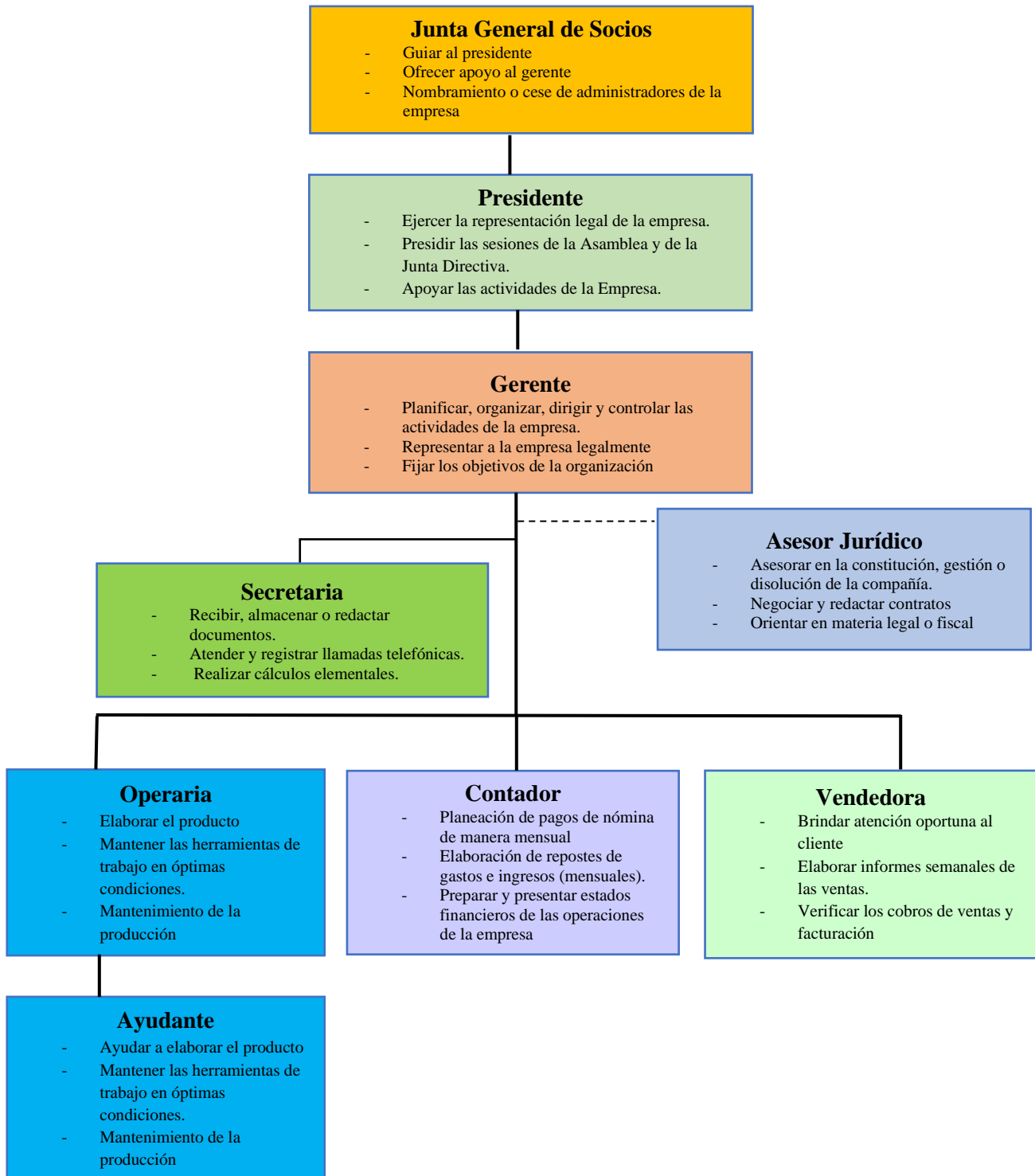
*Figura 32.
Propuesta de Organigrama Estructural*



Nota: Elaborado por Patricia Calderón

7.6.5.1.2. Propuesta de organigrama funcional

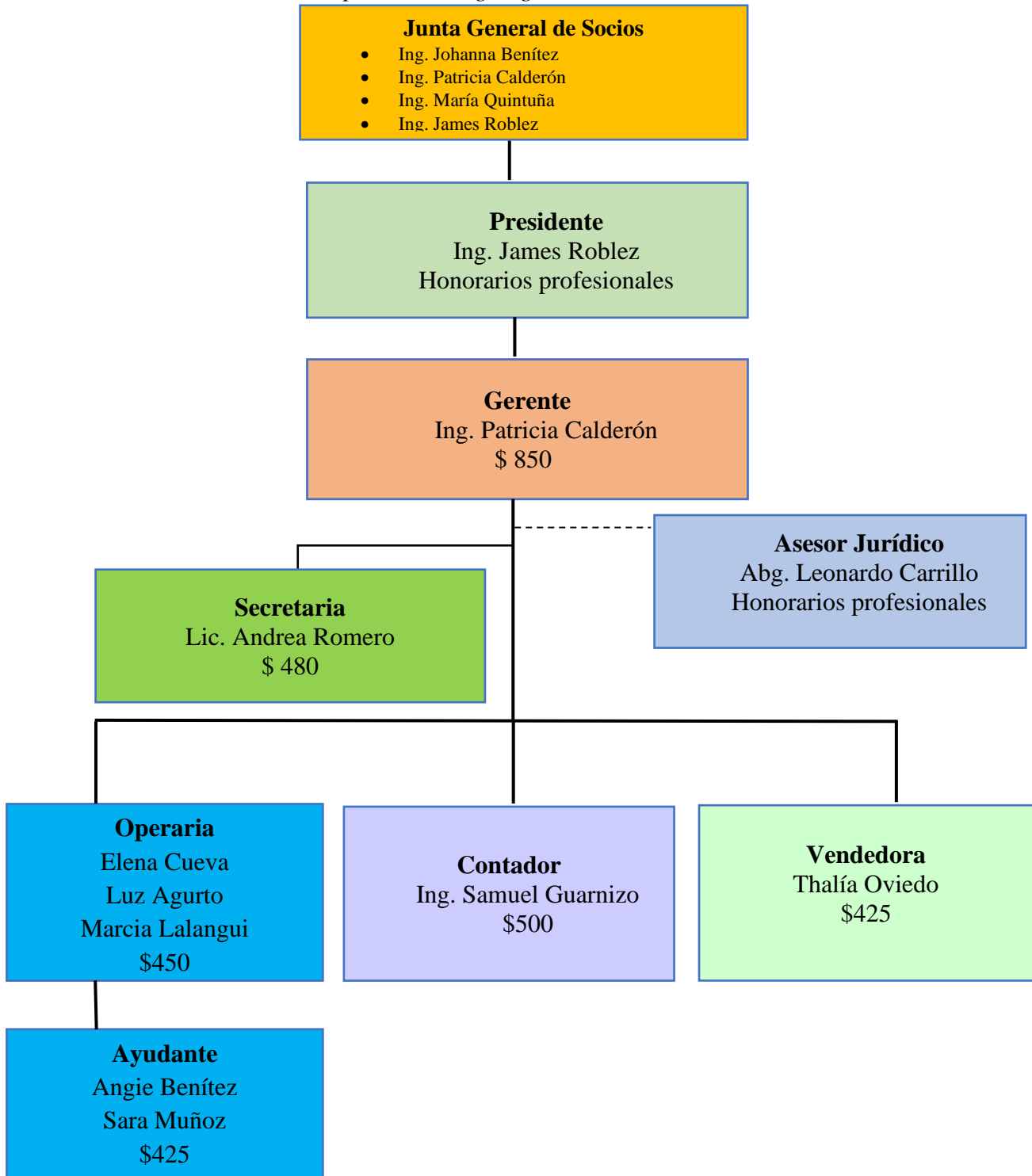
Figura 33.
Propuesta de Organigrama Funcional



Nota: Elaborado por Patricia Calderón

7.6.5.1.3. Propuesta de organigrama posicional

Figura 34.
Propuesta de Organigrama Posicional




Nota: Elaborado por Patricia Calderón

7.6.5.1.4. Manuales de funciones

Los manuales de funciones, constituyen un documento guía muy práctico y útil para conseguir un eficaz y eficiente desarrollo de funciones, debido a que este orienta e informa de una manera ordenada y sistemática sobre las actividades y comportamientos que deben presentar cada uno de los integrantes de la organización. Para este proyecto se presenta la siguiente propuesta de manuales:


Tabla 56.

Propuesta de manual de funciones del Presidente

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO O DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			
		EMPRESA “For Us” Cía. Ltda	
Código: 001	Departamento: Presidencia	Jefe Inmediato: Junta General de Socios	Subordinados: El Gerente General
Puesto: Presidente			
Naturaleza del Puesto: Dirigir y controlar el funcionamiento de la compañía.			
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva • Presidir las sesiones de la Asamblea y de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas. • Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Asamblea y la Junta Directiva 			
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 35 a 55 años • Sexo: Indiferente • Poseer título de tercer nivel a Administración de Empresas, Economía y carreras afines. • Experiencia: -Experiencia profesional de 6 años de experiencia en cargos directivos • Acreditar experiencia en el manejo de personal y trabajo en equipo. • Manejo de programas básicos de informática. 			
Comunicación: <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Junta General de Socios • Descendente: Gerente, asesores, personal de apoyo y operativo • Externa: Clientes, Proveedores, Entidades relacionadas. 			
Aptitudes: <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Buenas relaciones personales • Manejo de conflictos • Habilidad de negociación 			
Condiciones de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente: buen ambiente de trabajo • Tipo de contrato: Temporal • Horario de trabajo: no tiene horario definido • Remuneración: Honorarios profesionales 			

Nota: Elaborado por Patricia Calderón


Tabla 57.*Propuesta de manual de funciones del Gerente General*

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO O DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			
		EMPRESA “FOR US”	
Código: 002	Departamento: Gerencia	Jefe Inmediato: Presidente	Subordinados: Todo el personal asesor y operativo.
Puesto: Gerente General			
Naturaleza del Puesto: Administrar las actividades y recursos de la empresa con eficiencia y eficacia.			
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se desarrollen dentro de la empresa. • Organizar los recursos de la entidad. • Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo • Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización. • Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente. • Tomar las decisiones oportunas. • Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado. • Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera. • Hacer de líder de los diversos equipos 			
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 30 a 50 años • Sexo: Indiferente • Poseer título de tercer nivel en Administración de Empresas, o carreras afines. • Experiencia: Experiencia de 3 años en el ejercicio de la profesión y en puestos similares. • Acreditar experiencia en el manejo de personal y trabajo en equipo. • Manejo de programas básicos de informática. • Demostrar liderazgo. • Cursos en gestión y dirección de empresas. 			
Comunicación: <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Presidente y Junta General de Socios • Descendente: Asesores y personal de apoyo y operativo • Externa: Clientes, Proveedores, Entidades relacionadas. 			
Aptitudes: <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Buenas relaciones personales • Manejo de conflictos • Habilidad de negociación 			
Condiciones de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente: buen ambiente de trabajo • Riesgo: medio (cansancio visual y mental) • Tipo de contrato: permanente sujeto a evaluación • Horario de trabajo: de lunes a sábado de 08:00 a 12:00am y 15:00 a 19:00pm. • Remuneración: \$850 más beneficios de Ley. 			

Nota: Elaborado por Patricia Calderón

Tabla 58.


Propuesta de manual de funciones del Asesor Jurídico

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO O DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			
		EMPRESA “For us” Cía. Ltda.	
Código: 003	Asesor Jurídico Temporal de gerencia	Jefe Inmediato: Gerente General	Subordinados: No tiene
Puesto: Asesor Jurídico			
Naturaleza del Puesto: Prestar asesoramiento correcto y oportuno a la empresa sobre distintas cuestiones jurídicas			
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Asesor en la constitución, gestión o disolución de la empresa. • Negocia y redacta contratos en términos jurídicos • Orienta en material legal y fiscal • Actualiza el archivo de procesos administrativos y judiciales. • Elaborar minutas, contratos y contestación escritos jurídicos. • Realizar trámites legales en las notarías. 			
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 28 a 40 años • Sexo: Indiferente • Título: Poseer título de tercer nivel de Abogado y carreras afines. • Experiencia: Experiencia profesional de 4 años en el ejercicio de la profesión y experiencia en asesoría a empresas. • Capaz de trabajar bajo presión. • Desempeñar el trabajo con integridad y responsabilidad. • Estar al día de los cambios legislativos. • Manejo de idioma medio en inglés • Adecuados conocimientos en herramientas informáticos 			
Comunicación: <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Junta General de Socios, presidente y Gerente General. • Descendente: Todos los departamentos • Externa: Clientes, Entidadesrelacionadas. 			
Aptitudes: <ul style="list-style-type: none"> • Buena expresión oral • Comprensión oral. • Pensamientos analítico y estratégico • Planificación y gestión • Percepción de sistemas y entorno. 			
Condiciones de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente: buen ambiente de trabajo • Riesgo: medio (cansancio visual y mental) • Tipo de contrato: Temporal • Horario de trabajo: no tiene horario definido • Remuneración: Honorarios profesionales 			

Nota: Elaborado por Patricia Calderón


Tabla 59.

Propuesta de manual de funciones del Contador

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO O DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			
		EMPRESA “For us” Cía. Ltda.	
Código: 004	Departamento: Financiero	Jefe Inmediato: Gerente General	Subordinados: Operarias, ayudantes y vendedora
Puesto: Contador			
Naturaleza del Puesto: Analizar y registrar en el sistema todos los movimientos y transacciones contables que se realicen en la empresa, así como preparar reportes y estados financieros acordes a los principios de contabilidad generalmente aceptados en el país.			
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Dar seguimiento a los pagos pendientes con los distintos proveedores a nivel nacional.• Planeación de pagos de nómina de manera mensual• Elaboración de repostes de gastos e ingresos (mensuales).• Preparar y presentar estados financieros de las operaciones de la empresa• Preparar y efectuar pagos de impuestos al estado de acuerdo a las regulaciones establecidas en la ley.• Realizar cualquier otra función asignada al puesto.			
Requisitos: <ul style="list-style-type: none">• Edad: de 27 a 45 años• Sexo: Indiferente• Título: Titulo tercer nivel en Contabilidad y Finanzas o carreras afines.• Experiencia: - Experiencia mínima de 2 años en el ejercicio de la profesión o en cargos similares.• Conocimiento y manejo del sistema contable.• Manejo de cálculos de planilla, impuestos y legal laboral (prestaciones)			
Comunicación: <ul style="list-style-type: none">• Ascendente: Gerente• Descendente: Personal de producción• Externa: Clientes y empresas			
Aptitudes: <ul style="list-style-type: none">- Destreza matemática y pensamiento analítico- Buena comunicación			
Condiciones de trabajo: <ul style="list-style-type: none">• Ambiente: buen ambiente de trabajo• Riesgo: medio (cansancio visual y mental)• Tipo de contrato: Permanente• Horario de trabajo: lunes a viernes• Remuneración: 500 dólares más beneficios de ley			


Nota: Elaborado por Patricia Calderón.

Tabla 60.
Manual de funciones del operario

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO O DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			
		EMPRESA “For Us” Cía. Ltda.	
Código: 005	Departamento: Producción	Jefe Inmediato: Gerente	Subordinados: Ayudante
Puesto: Operaria			
Naturaleza del Puesto: Encargado de ejecutar las actividades de elaboración de productos, mantenimiento de la producción y mantener en óptimas condiciones las herramientas de trabajo.			
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar la participación en el proceso de producción con los demás operarios. • Elaborar hoodies. • Aplicar todas las medidas de seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo. • Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo. • Mantener limpia y en óptimas condiciones la maquinaria bajo su responsabilidad. • Mantener el stock de la materia prima e insumos requeridos. • Colaborar a la creación de un buen ambiente de trabajo. • Comunicar cualquier novedad que se suscite con el producto terminado o materia prima. 			
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 18 a 40 años • Sexo: Indiferente • Título: Poseer mínimo conocimientos o título en costura. • Experiencia: Experiencia mínima 1 año en puestos similares. • Rapidez y experiencia en introducción en la confección 			
Comunicación: <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Gerente • Descendente: Ayudante • Externa: Clientes 			
Aptitudes: <ul style="list-style-type: none"> -Buena comunicación. -Trabajo dinámico. -Capacidad de respuesta -Orden y control -Actitud de servicio. 			
Condiciones de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente: Responsabilidad en el área de producción • Riesgo: medio (cansancio visual, mental y físico) • Tipo de contrato: permanente sujeto a evaluación • Horario de trabajo: de lunes a sábado. • Remuneración: 450 dólares más beneficios de Ley 			

Nota: Elaborado por Patricia Calderón.


Tabla 61.*Propuesta de manual de funciones del Ayudante*

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO O DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			
		EMPRESA “For us” Cía. Ltda.	
Código: 006	Departamento: Producción	Jefe Inmediato: Operario	Subordinados: No posee
Puesto: Ayudante			
Naturaleza del Puesto: Encargado de ejecutar las actividades de colaboración en la elaboración de productos, mantenimiento de la producción y mantener en óptimas condiciones las herramientas de trabajo.			
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar la participación en el proceso de producción con los demás • Colaboración en la elaboración de hoodies. • Aplicar todas las medidas de seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo. • Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo. • Mantener limpia y en óptimas condiciones la maquinaria bajo su responsabilidad. • Mantener el stock de la materia prima e insumos requeridos. • Colaborar a la creación de un buen ambiente de trabajo. • Comunicar cualquier novedad que se suscite con el producto terminado o materia prima. 			
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 18 a 40 años • Sexo: Indiferente • Título: Poseer mínimo conocimientos o título en costura. • Experiencia: Experiencia mínima 1 año en puestos similares. • Rapidez y experiencia en introducción en la confección 			
Comunicación: <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Gerente • Descendente: Ayudante • Externa: Clientes 			
Aptitudes: <ul style="list-style-type: none"> -Buena comunicación. -Trabajo dinámico. -Rapidez -Orden y control -Actitud de servicio. 			
Condiciones de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente: Responsabilidad en el área de producción • Riesgo: medio (cansancio visual, mental y físico) • Tipo de contrato: permanente sujeto a evaluación • Horario de trabajo: de lunes a sábado. • Remuneración: Sueldo básico más beneficios de Ley 			

Nota: Elaborado por Patricia Calderón

Tabla 62.

Propuesta de manual de funciones del vendedor

MANUAL DE FUNCIONAMIENTO O DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			
		EMPRESA “For us” Cía. Ltda.	
Código: 003	Departamento: Compras y ventas	Jefe Inmediato: Gerente General	Subordinados: No tiene
Puesto: Vendedor			
Naturaleza del Puesto: Responsable de la atención y asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir satisfacer las necesidades del cliente, a través de una buena atención durante el proceso de venta.			
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Administrar eficientemente la cartera de clientes.• Colaborar al Gerente para realizar las compras de mercadería.• Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes sobre los productos.• Elaborar informes semanales de las ventas.• Captar nuevos clientes.• Verificar los cobros de las ventas y facturación.• Controlar y mejorar el servicio de venta con el cliente.• Contribuir activamente a la solución de problemas			
Requisitos: <ul style="list-style-type: none">• Edad: de 20 a 40 años• Sexo: Indiferente• Título: Poseer como mínimo título de bachiller.• Experiencia: - Experiencia mínima 1 año de vendedor y cargos similares.• Cursos de capacitación ventas.• Conocimiento en programas como Excel• Servicio al cliente			
Comunicación: <ul style="list-style-type: none">• Ascendente: Gerente general• Descendente: No tiene• Externa: Clientes y empresas distribuidoras			
Aptitudes: <ul style="list-style-type: none">• Saber comunicarse y escuchar.• Capacidad para negociar• Poder de Convencimiento			
Condiciones de trabajo: <ul style="list-style-type: none">• Ambiente: Responsabilidad en las ventas ejecutadas.• Riesgo: medio (cansancio físico y mental)• Tipo de contrato: permanente sujeto a evaluación• Horario de trabajo: de lunes a sábado de 08:00 a 12:00am y 15:00 a 19:00pm.• Remuneración: Sueldo básico más beneficios de Ley			

Nota: Elaborado por Patricia Calderón

7.7. Estudio Financiero

Este estudio es vital importancia ya que por medio de él se logra determinar, sistematizar y ordenar las inversiones de carácter monetario, costos y gastos en los que va incurrir el proyecto a si mismo la utilidad, el punto de equilibrio, flujo de caja entre otros estados financieros que posteriormente serán usados para la evaluación financiera donde se define la viabilidad del proyecto.

A continuación, se presenta de forma detallada las inversiones del proyecto:

7.7.1. Inversiones

Las inversiones abarcan todas aquellas inversiones en bienes o derechos de la empresa, en este caso para el presente proyecto se presentan inversiones en lo que comprende en activos fijos, activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo necesarios para que la empresa lleve a cabo sus actividades productivas.

7.7.1.1. Activos fijos

Son considerados bienes tangibles que serán de propiedad de la empresa, y que tienen la particularidad de que al paso de los años de funcionamiento de la empresa se desgastan, lo que genera un costo para la misma. En este sentido para la empresa se planteó la adquisición de los siguientes activos

7.7.1.1.1. Maquinaria y equipo

Comprende los bienes tangibles que serán necesarios para realizar las actividades productivas de la empresa en este caso es necesario de la siguiente maquinaria para las actividades de confección que llevara a cabo la empresa, la misma se deprecia con un porcentaje del 10% anual.

Tabla 63.
Maquinaria y equipo

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
2	Unidad	Máquina De Coser Overlock Industrial Jontex	530	1060
2	Unidad	Máquina De Coser Recta Siruba Industrial	420	840
2	Unidad	Cortadora De Tela Jontex	100	200
Total				2100

Nota: Importadora Cerillo S.A Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.2. Muebles y enseres

Está conformado por todos los bienes necesarios para acondicionar cada uno de los departamentos que conforman la empresa. Se deprecian con el 10% anual. A continuación, se muestra la distribución de muebles y enseres para cada uno de los departamentos.

Tabla 64.
Muebles y enseres

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
2	Unidad	Mesa para trazado y corte	124	248
2	Unidad	Mesa mediana para confección	100	200
2	Unidad	Sillas giratorias	100	200
2	Unidad	archivadores metálicos de 4 gavetas	140	280
Total				928

Nota: Importadora Cerillo S.A y Mercado libre Ecuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.3. Muebles y enseres para administración

Tabla 65.

Muebles y enseres para administración

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
2	Unidad	Escritorios Ejecutivos	150	300
2	Unidad	Sillas giratorias	100	200
2	Unidad	Archivadores metálicos de 4 gavetas	140	280
Total				780

Nota: Importadora Cerillo S.A y Mercado libre Ecuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.4. Muebles y enseres para ventas

Tabla 66.

Muebles y enseres para ventas

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
3	Unidad	Perchas 40 cm x 100 cm x 200 cm	100	300
2	Unidad	Vitrina 1 m x 0.6 m x 0.6 cm	100	200
1	Unidad	Counter de recepción	100	100
1	Unidad	Estante Demostrativo	180	180
Total				780

Nota: Importadora Cerillo S.A y Mercado libre Ecuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.5. Equipo de computación

Se compone de todos los bienes que corresponde a los equipos de cómputo que servirán como una herramienta fundamental de apoyo en las operaciones de la empresa tanto en el departamento administrativo y de marketing. Y se deprecian con 33,33% anual.

Tabla 67.
Equipo de Computo

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
2	Unidad	Computadoras HP de mesa Intel Core i5, 8RAM. 3 Tb	680	1360
1	Unidad	Computadora Portátil Hp Amd Athlon Intel Core i5, 8RAM. 3 Tb	780	780
1	Unidad	Impresora. HP INK TANK WIRELESS	196,42	196,42
Total				2336,42

Nota: Importadora Cerillo S.A y Mercado libre Ecuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.5.1. Reinversión

Para los dos últimos años de la vida del proyecto, como ya el equipo de cómputo terminó su vida útil se realiza la reinversión de los equipos de cómputo es decir se realiza la compra de nuevo equipo de cómputo. Para determinar el valor del nuevo equipo de cómputo para administración se realiza un cálculo a partir del valor total ya obtenido del equipo de administración que terminó su vida útil, a este valor se lo proyecta mediante la inflación de 2,56%, y se toma el valor del segundo año proyectado como se muestra a continuación:

Tabla 68.
Reinversión de Equipo de computo

Vida útil	
3	Años
% de depreciación	33,33%
Inflación	2,56%
Año 1	2396,23
Año 2	2457,58

Nota: Novicompu y Mercado libre Ecuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.6. Equipo de oficina

Son los valores que corresponden a los equipos que servirán como apoyo en el desarrollo

de las funciones administrativas y de ventas y se deprecian con el 10% anual.

Tabla 69.

Equipo de computo

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
1	unid	Sumadora	120	120
1	unid	Equipo celular	110	110
Total				230

Nota: Novicompu, Distribuidores LDNIO Ecuador y Mercado libre Ecuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.7. Resumen de Inversiones de los Activos Fijos

Para la inversión en activos fijos se estima un monto de 7.198,42 dólares que corresponde a la inversión inicial que deberá realizar la empresa.

Tabla 70.

Resumen de Inversiones de los Activos Fijos

TOTAL ACTIVOS FIJOS	
Detalle	Total
Maquinaria y Equipo	2.144,00
Muebles y Enseres para producción	928,00
Muebles y Enseres para Administración	780,00
Muebles y Enseres para ventas	780,00
Equipos de oficina	230,00
Equipos de Computo	2.336,42
TOTAL	7.198,42

Nota: Información tomada de las Tabla N° 60, 61, 62, 63, 64 y 65. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.1.8. Depreciaciones

Considerando que el proyecto tiene una duración de 5 años, se procede a realizar la depreciación de los activos fijos de acuerdo a los años de vida útil y el porcentaje de depreciación que le corresponde a cada activo. Para el caso de la del equipo de cómputo se realiza la reinversión en este activo para adecuar a los años del horizonte del proyecto. A continuación, se presenta la

depreciación de estos activos:

Tabla 71.

Depreciaciones

Bien	Costo	Vida útil (años)	% Dep.anual	Depreciación anual	Valor en libros
Maquinaria y Equipo	2.100	10	10%	210	1.050
Muebles y Enseres para producción	928	10	10%	93	464
Muebles y Enseres para Administración	780	10	10%	78	390
Muebles y Enseres para ventas	780	10	10%	78	390
Equipos de Oficina	230	10	10%	23	161
Equipos de Computo	2.336,42	3	33,33%	779	0
Reinversión de Equ. De Com.	2.457,58	3	33,33%	819	819

Nota: Información tomada de las Tabla N° 60, 61, 62, 63, 64 y 65. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.2. Activos Diferidos

Son aquellos derechos o servicios de propiedad de la empresa que son necesarios para el funcionamiento de la empresa y que además son susceptible a someterse a una amortización.

Tabla 72.

Activos Diferidos

Detalle	Valor	Amortizar (5 años)
Estudios Preliminares	1500	300
Gastos de Constitución	200	40
Registro Único de Contribuyente	25	5
Patente	48	9,6
Marca	400	80
Registro Sanitario	250	50
Permiso De bomberos	10	2
Honorarios Profesionales	700	140
Adecuaciones del local	350	70
Total	3483	696,6

Nota: Información obtenido del Municipio de Loja y Cuerpo de bomberos de Loja. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3. Activo Circulante o Capital De Trabajo

Son aquellas erogaciones de dinero que deberá realizar la empresa hasta que la misma genere sus propios ingresos

7.7.1.3.1. Costos de producción

Son los costos en los que incurre la empresa en el proceso productivo directo, en este contexto son los valores correspondientes a los costos primos que están determinados por la materia prima y mano de obra directa, y también por los costos indirectos de producción que están determinados por la materia prima directa, servicios básicos, implementos de producción, arriendo, insumos de producción, implementos de seguridad, útiles de limpieza, y suministros de limpieza, insumos que son indispensables para la producción de hoodies. A continuación, se muestra estos valores:

- **Costo primo**

El costo primo corresponde a las erogaciones que incurren directamente en la producción de las hoodies en este caso sería la suma de la materia prima directa y la mano de obra directa.

7.7.1.3.1.1. Materia prima directa

Para que la empresa lleve a cabo sus actividades de producción es primordial la adquisición de la siguiente materia prima que se detalla en a continuación:

Tabla 73.
Materia prima directa

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio unitario USD	Valor total USD
15	Rollos de tela cada rollo tiene 50 metros	Tela fleece perchado	240	3484,35
3	Rollos de tela cada rollo tiene 50 metros	Tela rib	300	990,50
			Valor total Mensual	4.475,85
			Valor total Anual	53.698,14

Fuente: Información obtenida de la empresa Mundy Telas. Elaborado por Patricia Calderón

Los sobrantes de tela serán utilizados como muestras de tela de las hoodies que podrán ser usados por el cliente para probar la reacción a detergentes, suavizantes, colorantes o temperatura entre

otros previo a su uso en las hoodies.

- **Balance de materia prima directa**

Para el cálculo de cuanta tela será necesaria para la producción se procedió a calcular los metros de la tela necesarios para la elaboración de cada talla de hoodie mediante este resultado se procedió a calcular los rollos de tela necesarios a adquirir debido a que se comprara la tela por rollos y cada rollo tiene 50 metros de tela en este caso también se procedió a calcular la cantidad de rollos de tela que serán necesarios por cada color y talla como se muestra a continuación.

Tabla 74.

Balance de materia prima de la tela fleece perchado

Materia prima				Prioridad según encuesta			
Metros de tela fleece perchado necesaria para la producción por talla				Rollos de tela distribución por colores	Color blanco		
M		L			Anual	87	rollos
3915	Metros de tela	4796	Metros de tela		Mensual	7	rollos
Rollos de tela M					Color beige		
1	rollo de tela tiene	50	Metros		Anual	44	rollos
78	rollos de tela tienen	3915	Metros		Mensual	4	rollos
Rollo de tela L					Color negro		
1	rollo de tela tiene	50	Metros		Anual	26	rollos
96	rollos de tela tienen	4796	Metros		Mensual	2	rollos
Rollos de tela anual					Color rojo		
174			Rollos de tela M y L	Anual	17	rollos	
Rollos de tela mensual				Mensual			
15			Rollos de tela M y L		1	rollos	

Nota: Información obtenida de la empresa Mundy Telas Elaborado por Patricia Calderón

Tabla 75.

Balance de materia prima de la tela rib

Materia prima indirecta				Prioridad según encuesta			
Metros de tela rib necesaria para la producción por talla				Rollos de tela distribución por colores	Color blanco		
M		L			Anual	20	rollos
940	Metros de tela	1041	Metros de tela		Mensual	2	rollos
Rollo de tela M					Color beige		
1	rollo de tela tiene	50	Metros de tela		Anual	10	rollos
19	rollos de tela tienen	940	Metros de tela		Mensual	1	rollos
Rollo de tela L					Color negro		
1	rollo de tela tiene	50	Metros de tela		Anual	6	rollos
21	rollos de tela tienen	1041	Metros de tela		Mensual	0,50	rollos
Rollos de tela anual					Color rojo		
40			Rollos de tela M y L	Anual	4	rollos	
Rollos de tela mensual				Mensual	0,33	rollos	
3			Rollos de tela M y L				

Nota: Información obtenida de la empresa Mundy Telas. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.2. Mano de obra directa

Para llevar a cabo las actividades de producción es necesario disponer de la siguiente mano de obra directa:

Tabla 76.
Mano de obra directa

Cantidad	Descripción	SBU en USD	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Aporte patronal IESS 11,15%	Fondos de reserva	Total a pagar
3	Operarias	430	35,83	35,42	17,92	47,95	35,82	1808,79
2	Ayudantes	425	35,42	35,42	17,71	47,39	35,40	1192,66
Total mensual								3617,58
Total Anual								43411,01

Nota: Elaborado por Patricia Calderón

- **Costos indirectos de producción**

Corresponde a todas aquellas erogaciones que incurren de manera indirecta en la producción de las hoodies este caso es la suma entre la materia prima indirecta, los servicios básicos, los implementos de producción el arriendo, los insumos de producción, implementos de seguridad, útiles de limpieza, indumentaria de trabajo y suministros de oficina necesarios para la producción. A continuación, se detalla:

7.7.1.3.1.3. Materia prima indirecta

Para completar la elaboración del producto es necesaria la adquisición de la siguiente materia prima indirecta.

Tabla 77.
Materia prima indirecta

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio unitario USD	Valor total USD
471	Yardas cada yarda tiene 0,9144 metros	Cordones	0,1	47
1	Rollos de tela cada rollo tiene 1000 metros	Hilo	2,25	2,25
Valor total Mensual				49
Valor total Anual				592

Nota: Información obtenida de la empresa Bazar Lucía. Elaborado por Patricia Calderón

- **Balance de materia prima indirecta**

Para el cálculo de cuanto hilo y cordones será necesaria para la producción, se procedió a calcular los metros del hilo necesario para la elaboración de cada talla de hoodie; y, también procedió a calcular las yardas de cordones para la elaboración de cada talla de hoodie.

Mediante este resultado, se procedió a calcular los rollos de hilo y yardas de cordones necesarios ah adquirir debido a que se comprara el hilo por rollos y cada rollo tiene 1000 metros de hilo, en este caso también se procedió a calcular la cantidad de rollos de hilo que serán necesarios por cada color y talla, así mismo, se compra la yardas de cordones por separado se procedió a calcular la cantidad de yardas de hilo que serán necesarios por cada color y talla como se muestra a continuación.

Tabla 78.
Balance materia prima indirecta

Hilo				Cordones			
M		L		M		L	
4568	Metros de hilo	5481	Metros de hilo	2480	Metros de cordón	2686	Metros de cordón
Rollo de hilo para la talla M				Yardas para la talla M			
1	rollo de hilo tiene	1000	Metros de hilo	1	Yarda de cordón tiene	0,9144	Metros de cordón
5	rollos de hilo tienen	4568	Metros de hilo	2.712	Yardas de cordón tienen	2480	Metros de cordón
Rollo de hilo para la talla L				Yardas para la talla L			
1	rollo de hilo tiene	1000	Metros de hilo	1	Yarda de cordón tiene	0,9144	Metros de cordón
5	rollos de hilo tienen	5481	Metros de hilo	2.937	Yardas de cordón tienen	2686	Metros de cordón
Rollos de hilo anual				Yardas anuales			
10		Rollos de hilo		5.649		yardas	
Rollos de hilo mensual				Yardas mensuales			
1		Rollos de hilo		471		Yardas	

Nota: Información obtenida de la empresa Bazar Lucía. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.4. Servicios básicos

Para el desarrollo de las actividades productivas son necesarios los servicios básicos de luz eléctrica, agua potable e internet que serán de vital importancia para el eficiente progreso de las actividades productivas, actividades administrativas y actividades ventas de la empresa.

Tabla 79.
Servicios Básicos

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario	valor total
250	kilovatio	Energía eléctrica	0,10	26,18
15	m3	Agua Potable	0,41	6,15
25	Megas	Internet	23,00	23,00
			Total mensual	55,33
			Total Anual	663,90

Nota: Información obtenida de la Empresa Eléctrica Regional del Sur, Municipio de Loja y Velocity.S.A. Elaborado por Patricia Calderón

Estos servicios básicos estarán distribuidos para los distintos departamentos de la empresa como lo son: el departamento de producción, administración y de ventas como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 80.
Distribución de los servicios básicos

Área	Porcentaje	Valor Mensual	Valor en USD Mensual
Producción	50%	27,66	331,95
Administración	25%	13,83	165,98
Ventas	25%	13,83	165,98
Total	100%	55,33	663,90

Nota: Información obtenida de la Tabla N. 78. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.5. Implementos de producción

Para el desarrollo de las actividades productivas son de vital importancia los implementos de producción debido son los utensilios que utiliza la mano de obra para complementar las actividades productivas. En este contexto, la empresa necesitara el uso de los siguientes implementos de producción:

Tabla 81.

Implementos para la producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
4	Unidad	Tijeras de cortar	4,00	16,00
24	Unidad	Armadores de madera para chompas	1,90	45,60
			Total Mensual	5,13
			Total Anual	61,60

Nota: Información obtenida de la empresa Mercado libre Ecuador y la empresa Ecuamoldes S.A. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.6. Arriendo

La empresa necesitara del siguiente espacio físico para sus actividades productivas

Tabla 82.

Arriendo

Detalle	Unid. Medida (m2)	Porcentaje de distribución	Valor	
Área recepción de materia prima	4	16%	28,80	
Área de producción	8	32%	57,60	
Área de Administración	4	16%	28,80	
Área de ventas	4	16%	28,80	
Área de vestidores	2	8%	14,40	
Área de baños	3	12%	21,60	
Total	25	100%	180,00	
			Valor total mensual	180,00
			Valor total Anual	2.160,00

Nota: Información obtenida de la propietaria Mariana Ramón. Elaborado por Patricia Calderón

El espacio físico estará distribuido de la siguiente manera:

Tabla 83.

Distribución del arriendo

Área	Porcentaje	Valor en USD Mensual	Valor en USD Anual
Producción	56%	100,80	1.209,60
Administración	28%	50,40	604,80
Ventas	16%	28,80	345,60
Total	100%	180,00	2.160,00

Nota: Información obtenida de la propietaria Mariana Ramón. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.7. Insumos de producción

Son los valores correspondientes a todos aquellos insumos que ayudan en el proceso de producción de la hoodies, a continuación, se detalla:

Tabla 84.

Insumos de producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario en USD	Valor Anual en USD
1	Paquete (12Unidades)	Tizas sastres	1	1,00
2	Unidad	Cinta métrica	0,4	0,80
1	Caja	Alfileres de costura	0,3	0,30
1	Paquete	Agujas de máquina	2	2,00
4	Unidad	Tijeras corta hilos	1	4,00
			Total Anual	8,10
			Total Mensual	0,68

Nota: Información obtenida de la empresa Ecuamoldes S.A. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.8. Implementos de seguridad

Son todos los implementos que se utilizaran en la empresa para la protección de los trabajadores contra posibles lesiones o riesgos que se puedan dar, estos implementos se detallan a continuación:

Tabla 85.
Implementos de seguridad

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor Anual USD
1	Unidad	Extintor	50	50,00
1	Unidad	Botiquín	10	10,00
5	Unidad	Señalética	5	5,00
			Total Anual	65,00
			Total Mensual	5,42

Nota: Información obtenida de la empresa Ecuasir.com. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.9. Útiles de limpieza para producción

Corresponden a todos los valores de los productos y materiales de limpieza que el departamento de producción va a requerir para mantener un adecuado aseo en su lugar de trabajo durante la realización de las actividades de producción.

Tabla 86.
Útiles de limpieza para producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
1	Unidad	Escoba	3	3,00
1	Unidad	Basureros	5	5,00
1	Unidad	Trapeador	2,5	2,50
3	Unidad	Franela	0,5	2,00
2	Unidad	Alcohol	1,75	3,50
2	Paquete(50und)	Mascarillas	0,5	1,50
			Total Anual	17,50
			Total Mensual	1,46

Nota: Información obtenida de la empresa Displat. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.10. Indumentaria para personal de producción

El uniforme de trabajo es un accesorio que ayuda a los trabajadores a identificarse durante sus actividades productivas.

Tabla 87.

Indumentaria para el personal de producción

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
5	Unidad	Uniforme (Camisetas)	7,50	37,50
1	Paquete	Mallas	2,45	2,45
			Total Anual	39,95
			Total Mensual	3,33

Fuente: Información obtenida de la empresa Jossi Sports. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.1.11. Suministros de oficina

Son todos los materiales que indirectamente ayudaran a las actividades productivas del departamento de producción. A continuación, se detalla:

Tabla 88.

Suministros de oficina

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor Anual USD
2	Unidad	Cuaderno	1,5	3
1	Caja	Lápiz az hb triang	1,05	2,1
1	Caja	Borrador	2,54	5,08
2	Unidades	Cinta masking	1,25	2,5
			Total Anual	12,68
			Total Mensual	1,06

Nota: Información obtenida de la empresa La Reforma. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.2. Costos de operación

Los costos de operación son todas erogaciones que no se relacionan directamente con el proceso de producción y corresponden a gastos que debe incurrir la empresa como lo son: Los gastos administrativos, de venta, financieros y otros gastos.

- **Gastos Administrativos**

Corresponde a todos aquellos gastos que se incurren en el desarrollo de las actividades administrativas de la empresa como lo son: Sueldos y salarios administrativos, honorarios profesionales, servicios básicos, arriendo, útiles de limpieza y suministros de oficina. A continuación, se detalla:

7.7.1.3.2.1. Sueldos y Salarios Administrativos

Corresponden a los sueldos y salarios del gerente y contador que están encargados de la parte administrativa de la empresa.

Tabla 89.
Sueldos y Salarios

Cantidad	Descripción	SBU en USD	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Aporte patronal IESS 11,15%	Fondo de reserva	Total a pagar
1	Gerente	470	39,17	35,42	19,58	61,325	52,41	603,32
1	Contador	450	37,50	35,42	18,75	50,175	37,485	579,15
							Total mensual	1.182,47
							Total Anula	14.189,63

Nota: Código de trabajo. Elaborado por Patricia Calderón.

7.7.1.3.2.2. Honorarios profesionales

Los honorarios profesionales corresponden a los valores por lo que se paga por asesoría jurídica que necesitara la empresa.

Tabla 90.
Honorarios profesionales

Cantidad	Descripción	Valor Unitario en USD	Valor Total en USD
1	Asesor Jurídico	700	700,00
			Total Mensual
			58,33
			Total Anual
			700,00

Nota: Información obtenida del Abg. Leonardo Carrillo. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.2.3. Útiles de limpieza para administración

Son los materiales que se utilizarán para mantener limpia el departamento administrativo y se detallan a continuación:

Tabla 91.

Útiles de limpieza para administración

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor Anual USD
1	Unidad	Escoba	3	6,00
1	Unidad	Basureros	3	3,00
1	Unidad	Trapeador	2,5	2,50
2	Unidad	Franela	0,5	1,50
4	Paquetes	Papel Higiénico rollos de 6	1	4,00
4	unidades	Jabón Líquido	1,3	5,20
4	Unidad	Desinfectante	1,5	6,00
4	Unidad	Alcohol	1,75	7,00
10	Paquete(50und)	Mascarillas	1,2	12,00
2	Unidad	Cepillo para baño	1,25	2,50
Total Anual				47,60
Total Mensual				3,97

Nota: Información obtenida de la empresa Displat. Elaborado por Patricia Calderón.

7.7.1.3.2.4. Gastos de venta

Son los valores que correspondientes a todas las erogaciones que se realizan para llevar a cabo las actividades de venta de los productos que ofrece la empresa, como lo son: Sueldo al personal de venta, embalaje, arriendo, servicios básicos, presupuesto de marketing, útiles de limpieza y suministros de oficina.

7.7.1.3.2.5. Sueldos y salarios al personal de ventas

Corresponde a las erogaciones por concepto de pago de sueldo al vendedor a continuación se detalla:

Tabla 92.

Sueldos y salarios de ventas

Cantidad	Descripción	SBU en USD	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Aporte patronal IESS 11,15%	Fondo de reserva	Total a pagar
1	Agente Vendedor	425	35,42	35,42	17,71	47,3875	35,40	560,93
							Total mensual	560,93
							Total Anual	6.731,15

Nota: Información obtenida del Código de trabajo. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.2.6.Embalaje

Son los materiales necesarios para la presentación final del producto a continuación se detalla:

Tabla 93.

Embalaje

Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
457	Unidades	Empaque de hoodies	0,02	9
457	Unidades	Etiqueta	0,04	18
		Valor total Mensual		27
		Valor total Anual		329

Nota: Información obtenida de la empresa Displat y la empresa Factory7. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.2.7.Presupuesto de marketing

Se detallan los recursos que serán necesarios para ejecutar las actividades que se requieren aplicar para las diferentes estrategias de marketing durante el horizonte del proyecto, entre las actividades tenemos la promoción en fechas especiales y la publicidad de redes sociales con el fin de dar a conocer a un mayor público objetivo los productos se van a comercializar en la empresa, a continuación, se detalla:

Tabla 94.
Presupuesto de Marketing

Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual
Promoción	5	Fechas especiales en el año	Descuento del 10% a las primeras 10 personas que compren 50 dólares en compras	50	21	250
	5	mensual	Post de publicidad en Facebook	10	10	60
Publicidad	5	mensual	Post de publicidad en Instagram	10	10	60
Total mensual					40,83	
Total anual						350

Nota: Información obtenida de Instagram y Facebook. Elaborado por: Patricia Calderón

7.7.1.3.2.8. Útiles de limpieza para ventas

Corresponde a los valores de los materiales y herramientas que se utilizaran para mantener limpio y en buen estado el departamento de ventas de la empresa, a continuación, se detalla:

Tabla 95.
Útiles de limpieza para ventas.

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor Anual USD
1	Unidad	Escoba	3	3,00
1	Unidad	Basureros	5	5,00
1	Unidad	Trapeador	2,5	2,50
5	Unidad	Franela	0,5	1,50
2	Unidad	Alcohol	1,75	3,50
2	Paquete(50und)	Mascarillas	0,5	1,00
Total Anual				16,50
Total Mensual				1,38

Nota: Información obtenida de la empresa Displat. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.2.9. Suministros de oficina para ventas

Son las erogaciones que corresponden a los materiales necesarios para llevar a cabo las actividades de venta, a continuación, se detalla:

Tabla 96.

Suministros de oficina para ventas

Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Valor unitario USD	Valor USD
2	Unidad	Cuaderno	1,5	3,00
1	Caja	Esferos gráficos	4,5	4,50
1	Unidad	Corrector	0,5	0,50
1	Unidad	Tijeras	0,3	0,30
2	Unidad	Cinta masking	1,25	3,75
2	Unidades	Carpetas colgantes	0,5	1,00
			Total Anual	13,05
			Total Mensual	1,09

Nota: Información obtenida de la empresa La Reforma. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.3.2.10. Resumen De Inversión En Capital De Trabajo

Tabla 97.

Resumen de Inversión en Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN			
Costo Primo			
Materia prima directa	4.474,85		
Mano de obra directa	3.617,58		
Total costo Primo		8.092,43	
Costos indirectos de Producción			
Materia prima indirecta	49,35		
Servicios Básicos	27,66		
Implementos de producción	5,13		
Arriendo	100,80		
Insumos de Producción	0,68		

Implementos de Seguridad	5,42	
Útiles de limpieza	1,46	
Indumentario para personal de producción	3,33	
Suministros de Oficina	1,06	
Total costos Indirectos de Producción		194,88
COSTOS DE PRODUCCION		8.287,31

COSTOS OPERATIVOS		
Gastos de Administración		
Sueldos del Personal Administrativo	1.182,47	
Honorarios Profesionales	58,33	
Arriendo	50,40	
Servicios Básicos	13,83	
Útiles de Limpieza	3,97	
Suministros de Oficina	4,47	
Total Gastos de Administración		1.313,47
Gastos de Venta		
Sueldo al personal de venta	560,93	
Embalaje	27,42	
Arriendo	28,80	
Servicios básicos	13,83	
Presupuesto de marketing	40,83	
Útiles de limpieza	1,38	
Suministros de oficina	1,09	
Total gastos de ventas		674,28
TOTAL DE COSTOS OPERATIVOS		1.987,75
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		10.275,06

Nota: Información obtenida desde la tabla N° 73 a la N° 95. Elaborado por Patricia Calderón.

Para la ejecución de las actividades de la empresa se necesitará un capital de trabajo de \$10.275,06 dólares.

7.7.1.3.2.11. Resumen Total De Inversiones

Tabla 98.

Resumen del total de Inversiones

RUBROS	COSTO TOTAL
Activos Fijos	7.198,42
Activos Diferidos	3.483,00
Capital De Trabajo	10.275,06
TOTAL	20.912,48

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 69, 72 y 96. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.4. Financiamiento

El financiamiento es la manera en que se obtiene el capital para financiar la adquisición de los activos fijos, activo circulante y capital de trabajo requeridos para el funcionamiento de las actividades de la empresa. Este capital se lo podrá conseguir de manera interna mediante el aporte de capital propio por parte de los socios de la empresa o por capital externo ya sea por un inversionista o crédito en una entidad financiera.

Para este proyecto se determina que el 81% del total de la inversión se la financiaría con capital propio que corresponde a \$ 16.912,48 dólares y 19% será financiado a través de capital externo obtenido a través de un crédito en una entidad financiera y corresponde al valor de \$ 4.000,00 dólares.

Tabla 99.

Financiamiento

Fuente	Monto	Porcentaje
Capital Propio	16.912,48	81%
Capital Externo	4000,00	19%
TOTAL	20.912,48	100%

Nota: Información tomada de la Tabla N° 98. Elaborado por Patricia Calderón

La empresa se financiará con capital un propio de \$16.912,48 dólares y necesita de un capital externo de \$4.000,00 dólares. Para la búsqueda de financiamiento externo se realiza en una institución financiera en este contexto se realizó la comparación de tres instituciones como lo fue el banco BanEcuador, la Cooperativa CACPE Loja y el Banco Pichincha haciendo una evaluación en base a los criterios de requisitos solicitados , Monto ofrecido, tasa de interés ofertada, el plazo de pago y el período de gracia, estos criterios se usaron para tomar una decisión la cual se inclinó

por solicitar un financiamiento en la institución financiera BanEcuador ya que los requisitos son accesibles, el monto va desde los \$5.000,00 a los \$20.000,00 dólares, tiene una tasa de interés baja comparada a las de las otras instituciones analizadas siendo esta de 10,21%, tiene plazos de pago del préstamo de entre 3 a 10 años, y, además, brinda un 1 mes de período de gracia para el pago del préstamo. En este contexto la empresa requiere de un préstamo de \$5.000,00 dólares que se solicitara a la Institución financiera denominada BanEcuador a una tasa de interés del 10,21% presentando un porcentaje mensual de interés del 0,05105%, a un plazo de 5 años, es decir, a 60 meses plazo.

Tabla 100.

Detalle de crédito

Institución	Tasa de interés	Monto	Plazo	Monto final	Cuotas	Porcentaje
BanEcuador	10,21%	4000,00	60 meses	4207,60	60	0,05105

Nota: Información obtenida de BanEcuador. Elaborado por Patricia Calderón

- **Método utilizado**

Tabla 101.

Método Alemán

Método Alemán	
Capital	4000,00
Tasa de interés	10,21%
Tiempo: años	5
Cuotas	60
Pagos	mensual

Nota: Información obtenida de BanEcuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.1.4.1. Tabla de amortización del crédito

Tabla 102.

Amortización del crédito

SEMESTRAL	CAPITAL AMORTIZADO	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				4000,00
1	66,67	6,8	73,47	3933,33
2	66,67	6,7	73,36	3866,67
3	66,67	6,6	73,25	3800,00

4	66,67	6,5	73,13	3733,33
5	66,67	6,4	73,02	3666,67
6	66,67	6,2	72,91	3600,00
7	66,67	6,1	72,79	3533,33
8	66,67	6,0	72,68	3466,67
9	66,67	5,9	72,57	3400,00
10	66,67	5,8	72,45	3333,33
11	66,67	5,7	72,34	3266,67
12	66,67	5,6	72,23	3200,00
13	66,67	5,4	72,11	3133,33
14	66,67	5,3	72,00	3066,67
15	66,67	5,2	71,89	3000,00
16	66,67	5,1	71,77	2933,33
17	66,67	5,0	71,66	2866,67
18	66,67	4,9	71,54	2800,00
19	66,67	4,8	71,43	2733,33
20	66,67	4,7	71,32	2666,67
21	66,67	4,5	71,20	2600,00
22	66,67	4,4	71,09	2533,33
23	66,67	4,3	70,98	2466,67
24	66,67	4,2	70,86	2400,00
25	66,67	4,1	70,75	2333,33
26	66,67	4,0	70,64	2266,67
27	66,67	3,9	70,52	2200,00
28	66,67	3,7	70,41	2133,33
29	66,67	3,6	70,30	2066,67
30	66,67	3,5	70,18	2000,00
31	66,67	3,4	70,07	1933,33
32	66,67	3,3	69,96	1866,67
33	66,67	3,2	69,84	1800,00
34	66,67	3,1	69,73	1733,33
35	66,67	2,9	69,62	1666,67
36	66,67	2,8	69,50	1600,00
37	66,67	2,7	69,39	1533,33
38	66,67	2,6	69,28	1466,67
39	66,67	2,5	69,16	1400,00
40	66,67	2,4	69,05	1333,33
41	66,67	2,3	68,94	1266,67
42	66,67	2,2	68,82	1200,00
43	66,67	2,0	68,71	1133,33
44	66,67	1,9	68,60	1066,67
45	66,67	1,8	68,48	1000,00
46	66,67	1,7	68,37	933,33
47	66,67	1,6	68,25	866,67

48	66,67	1,5	68,14	800,00
49	66,67	1,4	68,03	733,33
50	66,67	1,2	67,91	666,67
51	66,67	1,1	67,80	600,00
52	66,67	1,0	67,69	533,33
53	66,67	0,9	67,57	466,67
54	66,67	0,8	67,46	400,00
55	66,67	0,7	67,35	333,33
56	66,67	0,6	67,23	266,67
57	66,67	0,5	67,12	200,00
58	66,67	0,3	67,01	133,33
59	66,67	0,2	66,89	66,67
60	66,67	0,1	66,78	0,00

Nota: Información obtenida de BanEcuador. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.2. Análisis De Costos

El cuadro de presupuestos de costos y gastos es un instrumento el cual permite detallar todos aquellos costos como es el costo primario, costo indirecto, gastos administrativos, gastos de ventas y gasto financiero. De esta manera se refleja toda la información financiera de la parte operativa de la empresa para un periodo de 5 años. Para determinar la proyección de cada uno de los costos y gastos para los siguientes años, se ha tomado a consideración para los costos una inflación del 2,56% y para la proyección de los sueldos un porcentaje del 1,63%. Para sacar el porcentaje de la proyección salarial se la ha tomado utilizando la tasa de incremento porcentual (promedio de las tasas de variación de sueldos de los últimos 5 años).

Tabla 103.

Presupuestos proformados

PRESUPUESTOS PROFORMADOS						
Tasa de proyección de sueldos	1,63%		Tasa de inflación Anual		2,56%	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Costo Primo						
Materia prima directa	\$ 53.698,14	\$ 55.072,81	\$ 56.482,68	\$ 57.928,63	\$ 59.411,61	
Mano de obra directa	\$ 43.411,01	\$ 44.118,61	\$ 44.837,74	\$ 45.568,60	\$ 46.311,36	
SUBTOTAL COSTO PRIMO	\$ 97.109,15	\$ 99.191,42	\$ 101.320,42	\$ 103.497,23	\$ 105.722,97	
Costos indirectos de fabricación						
Materia Prima Indirecta	\$ 592,20	\$ 607,36	\$ 622,91	\$ 638,86	\$ 655,21	

Servicios Básicos	\$	331,95	\$	340,45	\$	349,16	\$	358,10	\$	367,27
Arriendo	\$	1.209,60	\$	1.240,57	\$	1.272,32	\$	1.304,90	\$	1.338,30
Implementos para producción	\$	61,60	\$	63,18	\$	64,79	\$	66,45	\$	68,15
Insumos de producción	\$	8,10	\$	8,31	\$	8,52	\$	8,74	\$	8,96
Depreciación Maquinaria	\$	210,00	\$	210,00	\$	210,00	\$	210,00	\$	210,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$	92,80	\$	92,80	\$	92,80	\$	92,80	\$	92,80
Implementos de Seguridad	\$	65,00	\$	66,66	\$	68,37	\$	70,12	\$	71,92
Útiles de limpieza	\$	17,50	\$	17,95	\$	18,41	\$	18,88	\$	19,36
Indumentaria de trabajo	\$	39,95	\$	40,97	\$	42,02	\$	43,10	\$	44,20
Suministros de oficina	\$	12,68	\$	13,00	\$	13,34	\$	13,68	\$	14,03
SUBTOTAL DE C.I.F	\$	2.641,38	\$	2.701,25	\$	2.762,65	\$	2.825,62	\$	2.890,20
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	\$	99.750,53	\$	101.892,67	\$	104.083,07	\$	106.322,85	\$	108.613,17

COSTOS DE OPERACIÓN

Gastos de Administración

Sueldos del Personal Administrativo	\$	14.189,63	\$	14.420,92	\$	14.655,98	\$	14.894,88	\$	15.137,66
Honorarios Profesionales	\$	700,00	\$	717,92	\$	736,30	\$	755,15	\$	774,48
Arriendo	\$	604,80	\$	620,28	\$	636,16	\$	652,45	\$	669,15
Servicios Básicos	\$	165,98	\$	170,22	\$	174,58	\$	179,05	\$	183,63
Suministros de Oficina	\$	53,67	\$	55,04	\$	56,45	\$	57,90	\$	59,38
Útiles de limpieza	\$	47,60	\$	48,82	\$	50,07	\$	51,35	\$	52,66
Depreciación Equipo de Computación	\$	778,73	\$	778,73	\$	778,73	\$	819,11	\$	843,68
Depreciación Muebles y Enseres	\$	78,00	\$	78,00	\$	78,00	\$	78,00	\$	78,00
Depreciación Equipos de oficina	\$	23,00	\$	23,00	\$	23,00	\$	23,00	\$	23,00
Subtotal gastos administrativos	\$	16.641,41	\$	16.912,94	\$	17.189,28	\$	17.510,88	\$	17.821,66

Gastos de Venta

Sueldos del Personal de Ventas	\$	6.731,15	\$	6.840,87	\$	6.952,37	\$	7.065,70	\$	7.180,87
Arriendo	\$	345,60	\$	354,45	\$	363,52	\$	372,83	\$	382,37
Servicios básicos	\$	165,98	\$	170,22	\$	174,58	\$	179,05	\$	183,63
Presupuesto de marketing	\$	350,00	\$	358,96	\$	368,15	\$	377,57	\$	387,24
Embalaje	\$	329,04	\$	337,46	\$	346,10	\$	354,96	\$	364,05

Útiles de limpieza	\$	16,50	\$	16,92	\$	17,36	\$	17,80	\$	18,26
Suministros de oficina	\$	13,05	\$	13,38	\$	13,73	\$	14,08	\$	14,44
Depreciación Muebles y Enseres	\$	78,00	\$	78,00	\$	78,00	\$	78,00	\$	78,00
Subtotal gasto de ventas	\$	8.029,32	\$	8.170,27	\$	8.313,81	\$	8.459,99	\$	8.608,86
Gastos Financieros										
Interés	\$	74,19	\$	57,86	\$	41,52	\$	25,18	\$	8,85
Subtotal gastos financieros	\$	74,19	\$	57,86	\$	41,52	\$	25,18	\$	8,85
Otros Gastos										
Amortización de activos diferidos	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60
Total otros Gastos	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60
TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$	25.441,51	\$	25.837,67	\$	26.241,21	\$	26.692,66	\$	27.135,96
UNIDADES PRODUCIDAS COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$	5.350,50	\$	5.350,50	\$	5.350,50	\$	5.350,50	\$	5.350,50
UNIDADES PRODUCIDAS COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$	23,40	\$	23,87	\$	24,36	\$	24,86	\$	25,37

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N°96 y 101. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.3. Presupuestos De Ingresos

Son todos aquellos ingresos que se dan por la venta de los productos que comercializa la empresa “FOR US” en este caso son las hoodies unisex en sus diferentes tallas y colores. A continuación, se detalla en cada tabla el producto por talla en donde se tomó a consideración el costo unitario que se lo obtuvo después de calcular el % de participación de cada producto y el costo del proyecto obteniendo finalmente el costo unitario de cada producto que, luego sumado al porcentaje de utilidad de cada producto, se obtiene finalmente el precio de venta el cual se lo multiplica con las unidades vendidas para obtener el total de ingresos.

En este contexto, se procedió a calcular los ingresos por cada una de las tallas que oferta las empresas, del mismo, modo se calculó el ingreso a precio al por mayor por cada una de las tallas obteniendo como resultado final el ingreso total de la suma entre el total de ingresos por tallas de venta directa y el total por tallas de ventas al por mayor.

7.7.3.1. Precio de venta

Para determinar el precio de venta por talla y a los intermediarios que en este caso son los locales comerciales que comercializan prendas de vestir, se le incrementa un margen de utilidad de al costo unitario de producción, este porcentaje se mantendrá fijo para todos los años de vida del proyecto. El cálculo se evidencia en la siguiente Tabla N°.

Tabla 104.

Precios de venta

PRECIO DE VENTA TALLA M			
Periodos	Costo unitario	Utilidad	Precio de venta al público
año 1	23,40	15%	27
año 2	23,87	15%	27
año 3	24,36	15%	28
año 4	24,86	15%	29
año 5	25,37	15%	29

PRECIO DE VENTA TALLA L			
Periodos	Costo unitario	Utilidad	Precio de venta al público
año 1	23,40	18%	28
Año 2	23,87	18%	28
año 3	24,36	18%	29
Año 4	24,86	18%	29
año 5	25,37	18%	30

PRESUPUESTOS DE VENTA AL POR MAYOR			
Periodos	Costo unitario	Utilidad	Precio de venta al publico
año 1	23,40	6%	25
Año 2	23,87	6%	25
año 3	24,36	6%	26
Año 4	24,86	6%	26
año 5	25,37	6%	27

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N°102. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.3.2. Ingresos

Los ingresos se producen de la venta de las hoodies. Para calcular los ingresos totales que tendrá la empresa “For Us” durante el horizonte del proyecto, se utiliza la siguiente:

Fórmula:

Ingresos = Número de Unidades Producidas Anualmente * Precio de Venta al intermediario

7.7.3.2.1. Ingresos por tallas

Tabla 105.

Ingresos por tallas

PRESUPUESTOS DE INGRESOS TALLA M			
Periodos	Unidades producidas	Precio de venta al público	Venta total
año 1	2.349	27	63.206,71
año 2	2.349	27	64.488,24
año 3	2.349	28	65.797,86
año 4	2.349	29	67.156,61
año 5	2.349	29	68.536,76
	total		329.186,19

PRESUPUESTOS DE INGRESOS TALLA L			
Periodos	Cantidad vendida	Precio de venta al público	Venta total
año 1	2.466	28	68.098,36
año 2	2.466	28	69.479,07
año 3	2.466	29	70.890,05
año 4	2.466	29	72.353,95
año 5	2.466	30	73.840,91
	Total		354.662,34

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N°103. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.3.2.2. Ingresos De Venta Al Por Mayor Por Tallas

Tabla 106.

Ingresos por ventas al por mayor

PRESUPUESTOS DE INGRESOS TALLA M AL POR MAYOR			
Periodos	Cantidad vendida	Precio de venta al Intermediario	Venta total
año 1	261	25	6.473,34
año 2	261	25	6.604,59
año 3	261	26	6.738,72
año 4	261	26	6.877,87
año 5	261	27	7.019,22
TOTAL			33.713,75

PRESUPUESTOS DE INGRESOS TALLA L AL POR MAYOR			
Periodos	Cantidad vendida	Precio de venta al Intermediario	Venta total
año 1	274	25	6.797,01
año 2	274	25	6.934,82
año 3	274	26	7.075,65
año 4	274	26	7.221,77
año 5	274	27	7.370,18
TOTAL			35.399,44

Nota: Información obtenida de tomada de la Tabla N°102. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.3.3. Ingresos Totales

Tabla 107.

Ingresos totales

INGRESOS TOTALES					
Periodos	Talla M	Talla L	Total venta directa	Total venta Intermediarios	Total
año 1	63.206,71	68.098,36	131.305,08	13.270,36	144.575,43

año 2	64.488,24	69.479,07	133.967,31	13.539,42	147.506,73
año 3	65.797,86	70.890,05	136.687,91	13.814,37	150.502,29
año 4	67.156,61	72.353,95	139.510,56	14.099,64	153.610,20
año 5	68.536,76	73.840,91	142.377,67	14.389,41	156.767,08

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 104 y 105. Elaborado por Patricia Calderón

Los ingresos totales en el primer año son de \$ 144.575,43 dólares, para el segundo se proyecta un ingreso de \$ 147.506,73 dólares, \$ 150.502,29 dólares para el tercer año, \$ 153.590,54 dólares para el cuarto año y \$156.746,83 dólares para el quinto año.

7.7.4. Clasificación De Costos

Los costos en los que incurre la empresa se clasifican en costos fijos y costos variables y de definen de la siguiente manera:

7.7.4.1. Costos fijos

Son aquellas erogaciones en las que incurre la empresa de manera obligatoria independientemente de que exista o no producción, es decir, que la empresa está obligada a pagar estos gastos, en razón de los mismos para continuar sus actividades.

7.7.4.2. Costos variables

Son todas aquellas erogaciones en las que incurre la empresa dependiendo del nivel de producción, es decir, estos pueden aumentar o disminuir de acuerdo al volumen de producción que este presentando la empresa.

Tabla 108.
Clasificación de los costos

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Materia prima directa		53.698,14		55.309,08		56.968,36		58.677,41		60.437,73
Mano de obra directa	43.411,01		44.713,34		46.054,74		47.436,38		48.859,47	
Materia Prima Indirecta		592,20		609,97		628,26		647,11		666,53
Embalaje		329,04								
Servicios Básicos		331,95		341,91		352,17		362,73		373,61
Arriendo para producción	1.209,60		1.245,89		1.283,26		1.321,76		1.361,42	
Insumos de producción		8,10		8,34		8,59		8,85		9,12
Implementos para producción		61,6		63,45		65,35		67,31		69,33
Depreciación Maquinaria	210,00		210,00		210,00		210,00		210,00	
Depreciación Muebles y Enseres	92,80		92,80		92,80		92,80		92,80	
Implementos de Seguridad	65,00		66,95		68,96		71,03		73,16	
Indumentaria de trabajo		39,95		41,15		42,38		43,65		44,96
Útiles de limpieza de producción		17,50		18,03		18,57		19,12		19,70
Suministros de oficina de producción	12,68		13,06		13,45		13,86		14,27	
Sueldos Personal de Administración	14.189,63		14.615,32		15.053,78		15.505,39		15.970,56	
Honorarios Profesionales	700,00		721,00		742,63		764,91		787,86	
Arriendo para Administración	604,80		622,94		641,63		660,88		680,71	
Servicios Básicos Administración	165,98		170,95		176,08		181,37		186,81	
Amortización de activos diferidos	696,60		696,60		696,60		696,60		696,60	

Suministros de Oficina para Administración	53,67	55,28	56,94	58,65	60,41					
Útiles de limpieza para administración	47,60	49,03	50,50	52,01	53,57					
Depreciación Equipo de Computación	778,73	778,73	778,73	819,11	843,68					
Depreciación Muebles y Enseres	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00					
Depreciación Equipos de oficina	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00					
Sueldos Personal de Ventas	6.731,15	6.933,08	7.141,08	7.355,31	7.575,97					
Arriendo ventas	345,60	355,97	366,65	377,65	388,98					
Servicios básicos ventas	165,98	170,95	176,08	181,37	186,81					
Presupuesto de marketing		350,00	360,50	371,32	382,45			393,93		
Útiles de limpieza para ventas	16,50	17,00	17,50	18,03	18,57					
Suministros de oficina para ventas	13,05	13,44	13,84	14,26	14,69					
Depreciación Muebles y Enseres	78,00	78,00	78,00	78,00	78,00					
TOTAL	69.689,37	55.428,48	71.721,34	56.752,42	73.814,26	58.455,00	76.010,36	60.208,65	78.255,32	62.014,91
	125.117,85	128.473,76	132.269,26	136.219,00	140.270,22					

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 102. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.5. Punto De Equilibrio

Es una herramienta indicadora de cuántas unidades se deben vender para no generar pérdidas en la empresa, es decir, es el lugar donde se unen los ingresos y los costos totales del proyecto. En el eje de las X se muestran las cantidades que hay que vender y en el eje de las Y se muestran los ingresos que debe alcanzar para no tener ni pérdidas ni ganancias en la empresa. El punto de equilibrio se lo calculo en función de la capacidad instalada y en función de los ingresos a continuación se describe:

Tabla 109.

Punto de Equilibrio

RUBROS	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5
COSTO VARIABLE	55.428,48	58.455,00	62.014,91
COSTO FIJO	69.689,37	73.814,26	78.255,32
Ventas totales	144.575,43	150.502,29	156.767,08
Costo total	125.117,85	132.269,26	140.270,22
Punto de Equilibrio en ingresos	113.019,80	120.690,30	129.473,10
Punto de Equilibrio en % de capacidad	78,17	80,19	82,59

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 107. Elaborado por Patricia Calderón

7.7.5.1. Punto de Equilibrio Año 1

Punto de Equilibrio en función de ingresos Año 1

$$\begin{array}{r}
 \text{P. E=} \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable Total}}{\text{Ventas Totales}}} \\
 \\
 \text{P. E=} \frac{69.689,37}{1 - \frac{55.428,48}{144.575,43}} \\
 \\
 \text{P. E=} \mathbf{113.019,80}
 \end{array}$$

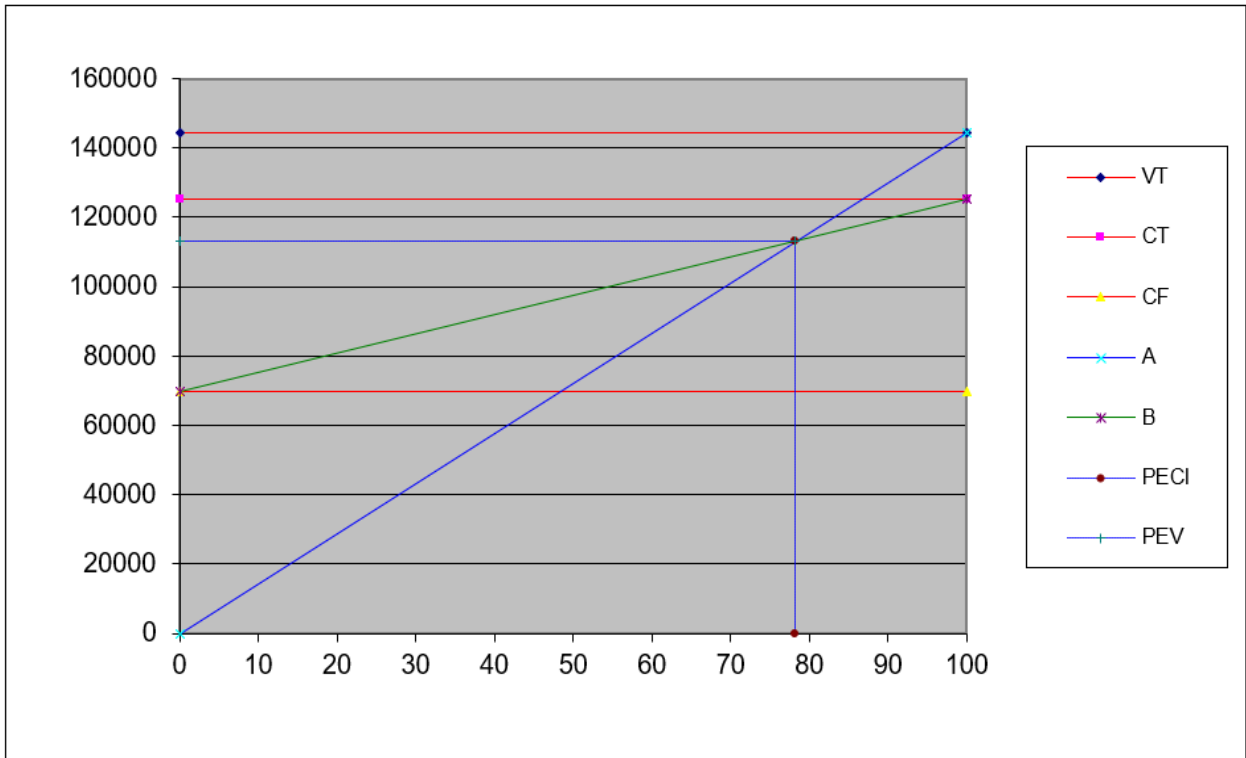
Punto de equilibrio en función de % de capacidad Año 1

$$P. E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo variable total}} \times 100$$

$$P. E = \frac{69.689,37}{89.146,95} \times 100$$

$$P. E = 78,17\%$$

Figura 35.
Punto de Equilibrio Año 1



Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 107. Elaborado por Patricia Calderón

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que el punto de equilibrio en el primer año se alcanzara cuando se produzcan ventas por los \$113.019,80 dólares y se trabaje con

una capacidad instalada del 78,17%; este determina que la empresa no pierde ni gana haciendo que se produzca el punto de equilibrio que es tan también conocido como punto muerto.

7.7.5.2. Punto de equilibrio Año 3.

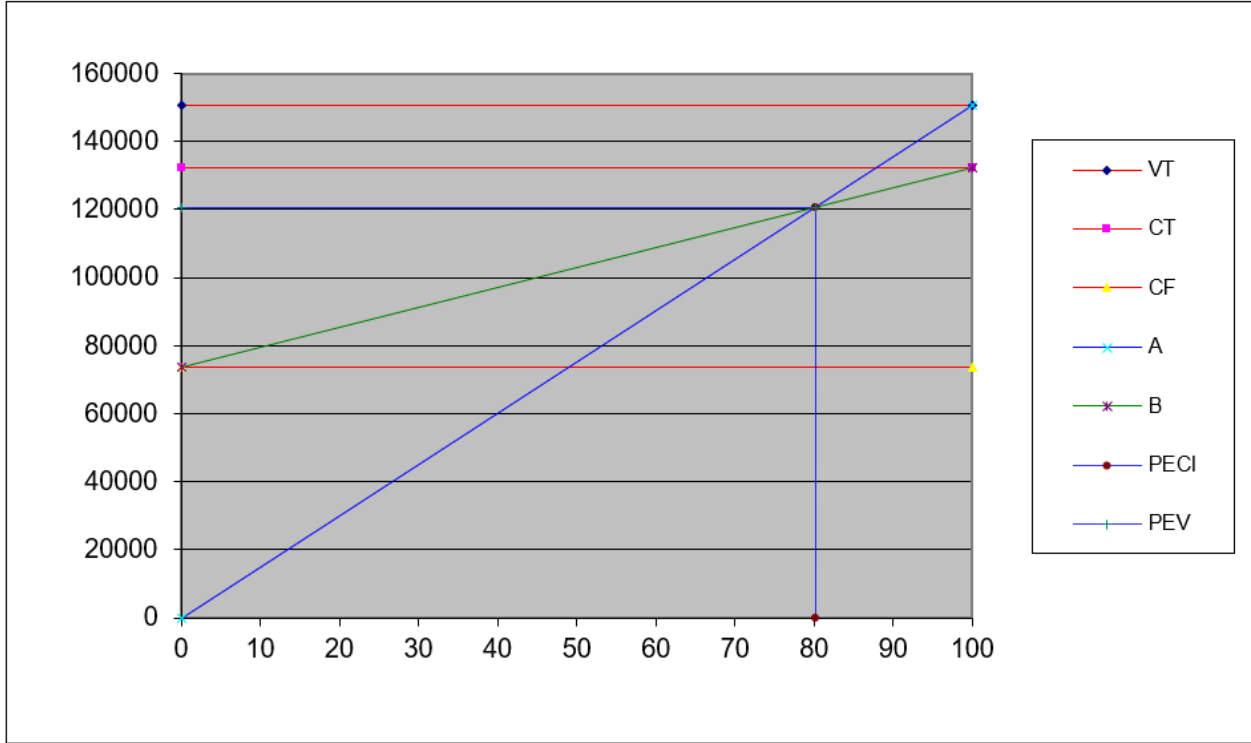
Punto de equilibrio en función de los ingresos Año 3

$$\begin{array}{r}
 \text{P.E=} \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable Total}}{\text{Ventas Totales}}} \\
 \\
 \text{P.E=} \frac{73.814,26}{1 - \frac{58.455,00}{150.502,29}} \\
 \\
 \text{P.E=} \quad \quad \quad \mathbf{120.690,30}
 \end{array}$$

Punto de equilibrio en función de la capacidad Año 3

$$\begin{array}{r}
 \text{P. E=} \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo variable total}} \times 100 \\
 \\
 \text{P. E=} \frac{73.814,26}{92.047,29} \times 100 \\
 \\
 \text{P. E=} \quad \quad \quad \mathbf{80,19\%}
 \end{array}$$

Figura 36.
Punto de equilibrio Año 3



Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 107. Elaborado por Patricia Calderón

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que el punto de equilibrio en el tercer año se va a dar cuando se produzcan ventas por los \$120.690,30 dólares y se trabaje con una capacidad instalada del 80,19%; con esto se determina que la empresa no pierde ni gana haciendo que se produzca el punto de equilibrio que es tan también conocido como punto muerto.

7.7.5.3. Punto de equilibrio Año 5

Punto de equilibrio en función de los ingresos Año 5

$$\begin{array}{r}
 \text{P. E=} \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable Total}}{\text{Ventas Totales}}} \\
 \\
 \text{P. E=} \frac{78.237,79}{1 - \frac{62.014,91}{\text{Ventas Totales}}}
 \end{array}$$

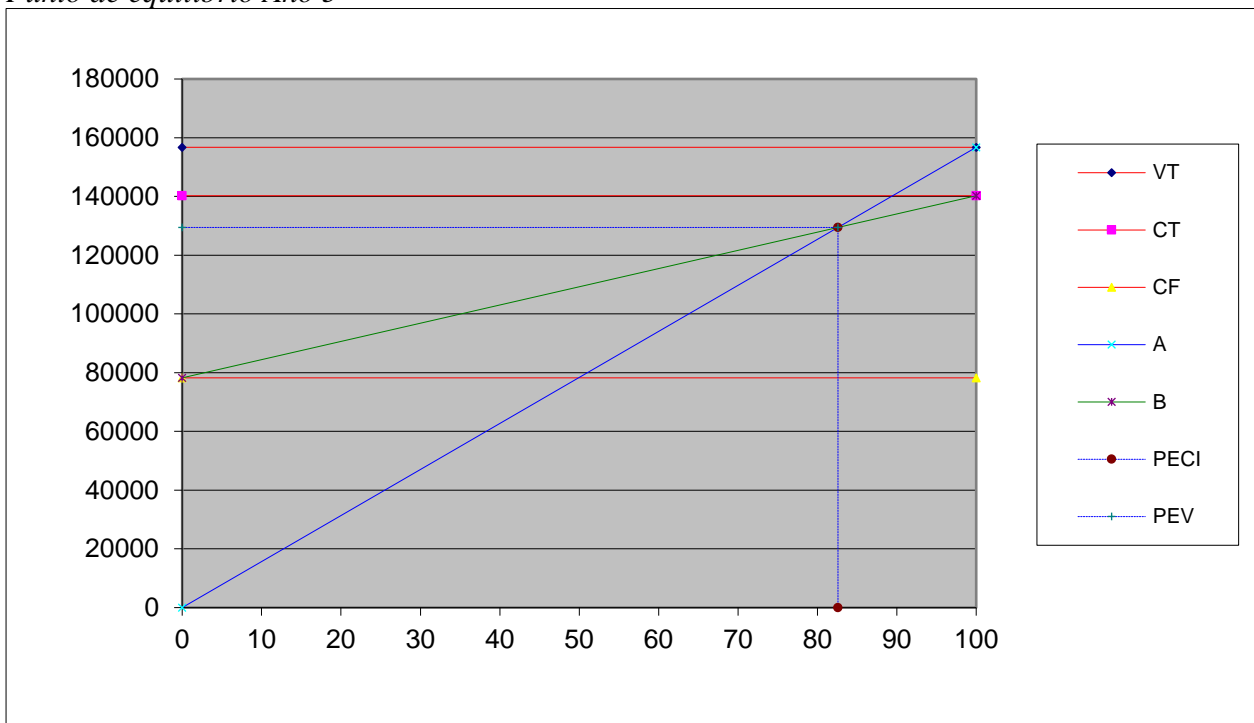
156.746,83

P. E= 129.455,04

Punto de equilibrio en función de % de capacidad

$$\begin{aligned} \text{P. E=} & \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales-Costo variable total}} \times 100 \\ \text{P. E=} & \frac{78.237,79}{94.731,93} \times 100 \\ \text{P. E=} & \mathbf{82,59\%} \end{aligned}$$

Figura 37.
Punto de equilibrio Año 5



Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 107. Elaborado por Patricia Calderón

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que el punto de equilibrio en el quinto año se va a dar cuando se produzcan ventas por los \$129.455,04 dólares y se trabaje con una capacidad instalada del 82,59%; con esto se determina que la empresa no pierde ni gana haciendo que se produzca el punto de equilibrio que es tan también conocido como punto muerto.

7.7.6. Estado De Perdida Y Ganancias

Este informe indicará la manera en cómo los ingresos de la tienda “FOR US” se transformarán en beneficio conforme se vayan restando sus gastos. Proporcionará una visión rápida y amplia de los gastos más significativos que intervienen para la empresa, de esta manera le resulta más fácil recortar para ahorrar costes innecesarios. Este balance también permite establecer la utilidad o perdida del ejercicio la diferencia entre los ingresos y egresos calculados.

Tabla 110.

Estado de pérdidas y ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	144.575,43	147.506,73	150.502,29	153.610,20	156.767,08
(-) Costo de producción	99.750,53	101.892,67	104.083,07	106.322,85	108.613,17
(=) Utilidad bruta en ventas	44.824,91	45.614,06	46.419,22	47.287,35	48.153,90
(-) costos operativos (gastos de administración y de ventas)	24.670,72	25.083,21	25.503,09	25.970,87	26.430,52
(=) Utilidad operativa	20.154,18	20.530,85	20.916,13	21.316,48	21.723,39
Gastos financieros	74,19	57,86	41,52	25,18	8,85
(=) Utilidad antes de participación e impuestos	20.079,99	20.472,99	20.874,61	21.291,29	21.714,54
(-) participación de utilidades a trabajadores (15%)	3.012,00	3.070,95	3.131,19	3.193,69	3.257,18
(=) utilidad antes de impuestos	17.067,99	17.402,05	17.743,42	18.097,60	18.457,36
(-) impuesto a la renta (22%)	3.754,96	3.828,45	3.903,55	3.981,47	4.060,62
(=) Utilidad antes de reservas	13.313,03	13.573,60	13.839,87	14.116,13	14.396,74
(-) reserva legal (10%)	1.331,30	1.357,36	1.383,99	1.411,61	1.439,67
(=) UTILIDAD LÍQUIDA	11.981,73	12.216,24	12.455,88	12.704,51	12.957,07

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 106, el Código de Trabajo y el SRI. Elaborado por Patricia Calderón

La utilidad líquida del ejercicio para el primer año \$ 11.981,73 dólares, \$12.216,24 para el segundo año, \$12.455,88 para el tercer año, \$12.702,94 dólares para el cuarto y \$12.955,45 dólares para el quinto año.

7.8. Evaluación Del Proyecto

Evaluación del proyecto son todos aquellos cálculos realizados con el fin de saber el volumen de eficiencia, eficacia, rentabilidad y liquidez del proyecto en cuestión.

En este contexto se empieza con la evaluación del proyecto mediante el flujo de caja que se muestra a continuación:

7.8.1. Flujo de caja

Representará todas las entradas y salidas de dinero en efectivo, que ayudará a la empresa a tener una visión general de la capacidad de pago frente a sus deudas.

Tabla 111.
Flujo de caja

RUBROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ENTRADA DE EFECTIVO						
Recursos financieros	\$ 4.000,00					
Capital propio	\$ 16.912,48					
Ingreso por ventas (100%)		\$ 144.575,43	\$ 147.506,73	\$ 150.502,29	\$ 153.590,54	\$ 156.746,83
Valor residual						\$ 3.257,33
TOTAL ENTRADA DE EFECTIVO	\$ 20.912,48	\$ 144.575,43	\$ 147.506,73	\$ 150.502,29	\$ 153.590,54	\$ 160.004,16
SALIDA DE EFECTIVO						
Gastos preoperacionales (Diferidos)	\$ 3.483,00					
Capital de trabajo	\$ 10.275,06					
Costo de producción		\$ 99.750,53	\$ 101.892,67	\$ 104.083,07	\$ 106.322,85	\$ 108.613,17
Costo operacional (Gasto administrativo + gasto de ventas) no incluye depreciaciones		\$ 22.683,95	\$ 23.070,10	\$ 23.462,96	\$ 23.862,65	\$ 24.269,30

ni amortizaciones de diferidos

Pago de préstamo	\$	874,19	\$	857,86	\$	841,52	\$	825,18	\$	808,85
Reinversión de activo fijo					\$	2.457,58			\$	843,68
Participación de utilidades	\$	3.012,00	\$	3.070,95	\$	3.131,19	\$	3.193,69	\$	3.257,18
Impuesto a la renta	\$	3.754,96	\$	3.828,45	\$	3.903,55	\$	3.981,47	\$	4.060,62
TOTAL DE SALIDA DE EFECTIVO	\$	13.758,06	\$	130.075,63	\$	132.720,02	\$	137.879,86	\$	138.185,85
ENTRADAS MENOS SALIDAS	\$	7.154,42	\$	14.499,80	\$	14.786,71	\$	12.622,42	\$	15.424,35
Depreciación	\$	957,73	\$	957,73	\$	957,73	\$	998,11	\$	1.022,68
Amortización de diferidos	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60	\$	696,60
(-) reserva legal 10%	\$	1.331,30	\$	1.357,36	\$	1.383,99	\$	1.411,61	\$	1.439,67
FLUJO NETO DE CAJA	\$	17.485,44	\$	17.798,40	\$	15.660,74	\$	18.530,67	\$	21.347,58

Nota: Información obtenida de tomada de las Tablas N° 102, 107 y 109. Elaborado por Patricia Calderón

Luego de realizado el flujo de caja el siguiente paso es la realización de la evaluación financiera sirve como un medidor de la rentabilidad que puede generar el proyecto para cada uno de los inversionistas que estén interesados en la ejecución del proyecto, es decir, mide la rentabilidad que ofrece la inversión y se logra determinar si el proyecto es factible o no y en base a estos resultados tomar decisiones sobre inversión por parte de los inversionistas.

En este contexto se procede a calcular cada uno de los análisis como son: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación de Capital (PRC), Análisis de sensibilidad (AS) con el ingreso disminuido y el aumento de egresos.

7.8.2. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Esta tasa también denominada TMAR es la rentabilidad mínima de las inversiones que espera obtener la empresa, es decir, es el indicador que muestra la tasa mínima de beneficio.

Tabla 112.
Tasa Mínima Aceptable

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)			
Tasa de interés activo promedio consumo	16,77%	Según el Banco Central del Ecuador (2022)	
Riesgo País	0,87%	Según el Banco Central del Ecuador (2022)	
Inflación Anual	2,56%	Según el Banco Central del Ecuador (2022)	
TMAR=	I+F+IF		
I=	Porcentaje, premio al riesgo		17,64%
F=	Tasa de inflación Anual		2,56%
TMAR=	20,20%		
Financiamiento	% Financiamiento	TMAR	TMAR GLOBAL
Capital Propio	80,87%	20,20%	16,34%
Capital Externo	19,13%	16,77%	3,21%
	i=		19,54%

Nota: Información obtenida de tomada del Banco Central del Ecuador. Elaborado por Patricia Calderón

De acuerdo a los resultados obtenidos la tasa mínima de rendimiento manifiesta que la tasa (i) es de 19,54% al ejecutar este proyecto, por lo tanto, es recomendable que el proyecto al llevarse a ejecución debe mostrar una retribución económica mínima del 19,54%.

7.8.3. Valor Actual Neto (VAN)

Determina la viabilidad que tiene el proyecto de la empresa “FOR US” y mide el rendimiento de los flujos que son originados por la inversión. En este sentido, los criterios de decisión para el VAN de acuerdo a (Pasaca M. M., 2017) son los siguientes:

- Si el VAN obtenido arroja un resultado positivo se puede aceptar el proyecto, ya que significara una proyección de un aumento de valor empresarial.
- Si el VAN obtenido arroja un resultado negativo se debe rechazar el proyecto, ya que significara una proyección de pérdida de valor empresarial.

- Si el VAN obtenido es igual a cero la decisión de invertir queda a criterio del inversionista, ya que significará que durante el horizonte del proyecto la empresa mantendrá el mismo valor de la inversión.

Tabla 113.

Valor Actual Neto (VAN)

Periodo	Flujos de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Caja Actualizado
0	20.912,48	19,54%	
1	17.485,44	0,836518211	14.626,89
2	17.798,40	0,699762718	12.454,65
3	15.660,74	0,585364257	9.167,24
4	18.530,67	0,489667861	9.073,87
5	21.347,58	0,409616083	8.744,31
		Sumatoria de Flujos Actualizados	54.066,96
		(-) Inversión	20.912,48
		Valor Actual Neto	33.154,48

Nota: Información obtenida de tomada de las tablas N° 110 y 111. Elaborado por Patricia Calderón

Para actualizar los flujos se toma la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento obtenida (TMAR) que es de 19,54% en este caso; el VAN determinado como resultado es positivo de USD. 33.413,60; con esto se puede precisar que acorde a los criterios de evaluación mencionados con anterioridad la ejecución del proyecto es recomendable.

7.8.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno se determina como la tasa de rendimiento que generara el proyecto, es decir, mediante este se determinara el beneficio o perdida que tendrá la empresa. En este sentido, los criterios de decisión para la TRI de acuerdo a (Pasaca, 2017) son los siguientes:

- Si la TIR es mayor a la Tasa de Oportunidad es recomendable el proyecto
- Si la TIR es menor a la Tasa de Oportunidad, no es recomendable el proyecto
- Si la TIR es igual a la Tasa de Oportunidad el proyecto es indiferente, ya que cubre el costo de capital invertido.

Tabla 114.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Periodo	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa Mayor
0	- 20.912,5	79,46%	- 20.912,5	79,56%	- 20.912,5
1	17.485,4	0,55722724	9.743,36	0,55691691	9.737,93
2	17.798,4	0,31050219	5.526,44	0,31015644	5.520,29
3	15.660,7	0,17302028	2.709,63	0,17273137	2.705,10
4	18.530,7	0,09641161	1.786,57	0,09619702	1.782,60
5	21.347,6	0,05372318	1.146,86	0,05357375	1.143,67
Valor Actual Neto			0,38	-	22,89

Nota: Información obtenida de tomada de las tablas N° 112. Elaborado por Patricia Calderón

• **Fórmula**

$$TIR = \text{Tasa menor} + \frac{\text{diferencias de tasas (VAN menor)}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}}$$

$$TIR = 79,46 + \frac{1 \cdot (0,38 - 22,89)}{0,379005057 - 23,27}$$

$$TIR = 79,46 + \frac{1 \cdot (0,02)}{0,02}$$

$$TIR = 79,48$$

La tasa interna de retorno obtenida es de 79,48% lo que significa que es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) que es de 19,54% por lo tanto se puede precisar de acuerdo a los criterios anteriormente mencionados que el proyecto es recomendable viable

7.8.5. Período De Recuperación De Capital (PRC)

Es el tiempo necesario para cubrir y recuperar la inversión inicial y el costo de financiación del proyecto de la empresa. Se obtiene sumando los flujos netos de caja actualizados, solamente hasta el período en que se supera la inversión inicial. En este sentido, los criterios de decisión para el período de recuperación de capital son los siguientes:

- Si el PRC es menor que el horizonte económico, la inversión inicial se recupera antes del plazo total, por lo tanto, el proyecto es aceptable y más conveniente.
- Si el PRC es mayor que el horizonte económico, la inversión inicial no se recupera antes del plazo total, por lo tanto, el proyecto no es aceptable.
- Si el PR es igual al horizonte económico, se cubre la inversión inicial en el plazo total y el proyecto es indiferente.

Tabla 115.

Período de Recuperación del Capital (PRC)

Periodo	Flujo Neto Actualizado	Sumatoria Flujo Neto Actualizado
0	- 20.912,5	
1	14.626,9	14.626,89
2	12.454,7	27.081,54
3	9.167,2	36.248,78
4	9.073,9	45.322,65
5	8.744,31	54.066,96

Nota: Información obtenida de tomada de las tablas N° 112. Elaborado por Patricia Calderón

$$PRI: \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ de los primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

PRC=	2,00		(20.912,5)	-	27.081,54
					12.454,65
PRC=	2,00				(48.255,82)
					12.454,65
PRC=	2,00	+ (3,85)			

PRC= (1,85)

Años = 1

Meses = 10

Días = 6

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que la empresa lograra recuperar su capital dentro de un período de 1 año con 10 meses y 6 días de acuerdo a los criterios anteriormente mencionados el proyecto es aceptable.

7.8.6. Relación Beneficio/ Costo (RBC)

La relación de beneficio costo es un indicador mide la rentabilidad que se espera de la empresa por cada unidad monetaria invertida, compara los ingresos con los egresos actualizados. Los criterios para evaluar este indicador según (Pasaca M. M., 2017) son:

- Si la relación entre los ingresos y los egresos es = 1 el proyecto se considera indiferente y queda a criterio del inversionista.
- Si la relación entre ingresos y los egresos es mayor a 1 el proyecto se considera factible y por lo tanto viable.
- Si la relación ente ingresos y los egresos es menor a 1 el proyecto no se considera factible y por lo tanto no es rentable.

Tabla 116.

Relación Beneficio/Costo (RBC)

Periodo	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0			19,54%		
1	144.575,43	125.192,04	0,83651821	120.939,98	104.725,42
2	147.506,73	127.730,33	0,69976272	103.219,71	89.380,93
3	150.502,29	130.324,27	0,58536426	88.098,66	76.287,17
4	153.610,20	133.015,51	0,48966786	75.217,98	65.133,42
5	156.767,08	135.749,14	0,40961608	64.214,32	55.605,03
				451.690,64	391.131,97

Nota: Información obtenida de tomada de las tablas N° 110 y 112. Elaborado por Patricia Calderón

- **Fórmula**

$$\text{RCB} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{RCB} = \frac{451.672,73}{391.116,45}$$

$$\text{RCB} = 1,15$$

De acuerdo a los resultados obtenidos, la relación entre los ingresos y egresos arrojo un resultado de 1,15 lo que significa que por cada dólar invertido se tendrá una retribución económica de 0,15 centavos de dólar, de acuerdo los criterios mencionados anteriormente el resultado es mayor a 1 lo que precisa que el proyecto es rentable.

7.8.7. Análisis De Sensibilidad

Es un indicador financiero que estudia cómo varía el valor del proyecto, ante cambios en las fluctuaciones de alguna de sus variables claves como son los ingresos y los costos, las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

Los criterios de decisión de acuerdo a (Pasaca M. M., 2017) son:

- Si la sensibilidad es mayor a 1 el proyecto debe rechazarse ya que no es rentable.
- Si la sensibilidad es igual a 1 el proyecto debe esperar y queda a criterio del inversionista
- Si la sensibilidad es menor a 1 el proyecto debe aceptarse ya que es rentable.

Tabla 117.

Análisis de Sensibilidad con la disminución de 5,95% en ingresos

Período	Ingresos	Egresos	Ingreso Disminuido	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa Mayor
			5,95%	- 20.912,48	44,55%	- 20.912,48	44,66%	- 20.912,48
1	144.575,43	125.192,04	135.973,20	10.781,15	0,69180214	7.458,43	0,69127610	7.452,75
2	147.506,73	127.730,33	138.730,08	10.999,74	0,47859021	5.264,37	0,47786264	5.256,37
3	150.502,29	130.324,27	141.547,40	11.223,13	0,33108973	3.715,86	0,33033502	3.707,39
4	153.610,20	133.015,51	144.470,39	11.454,89	0,22904859	2.623,73	0,22835270	2.615,75
5	156.767,08	135.749,14	147.439,44	11.690,30	0,15845630	1.852,40	0,15785477	1.845,37
			708.160,50			2,30		- 34,84

Nota: Información obtenida de tomada de las tablas N° 113 y 115. Elaborado por Patricia Calderón

1. Nueva TIR

$$\text{NUEVA TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,55 + 0,10 \left(\frac{2,30}{2,30 - 344,84} \right)$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,55 + 0,10 \left(\frac{2,30}{37,15} \right)$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,55 + 0,06$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,56$$

4. Sensibilidad

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{44,50}{44,95} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,99$$

2. Diferencias de tasas

$$\text{DIFERENCIA DE TASAS} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DIFERENCIA DE TASAS} = 80,99 - 44,95$$

$$\text{DIFERENCIA DE TASAS} = 36,04$$

3. Porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VARIACIÓN} = \left(\frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACIÓN} = \left(\frac{36,04}{80,99} \right) * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACIÓN} = 44,50$$

Análisis: el proyecto no es sensible ante una disminución en los ingresos del 5,95%; es decir, si los ingresos disminuyen hasta este porcentaje no afecta la rentabilidad del proyecto, lo significa que el proyecto es rentable. de acuerdo a los criterios antes mencionados 0,99 es menor a 1 por lo tanto lo significa que el proyecto es rentable.

Tabla 118.

Análisis de Sensibilidad con el aumento del 6,88% en los costos.

Periodo	Ingresos	Egresos	Egreso Aumentado	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa Mayor
			6,88%	- 20.912,48	44,49%	- 20.912,48	44,59%	- 20.912,48
1	144.575,43	125.192	133.805,25	10.770,18	0,69208942	7.453,93	0,69161076	7.448,77
2	147.506,73	127.730	136.518,18	10.988,55	0,47898776	5.263,38	0,47832545	5.256,10
3	150.502,29	130.324	139.290,58	11.211,70	0,33150236	3.716,71	0,33081503	3.709,00
4	153.610,20	133.016	142.166,97	11.443,23	0,22942928	2.625,41	0,22879523	2.618,16
5	156.767,08	135.749	145.088,68	11.678,40	0,15878557	1.854,36	0,15823724	1.847,96
			696.869,67			1,31		- 32,49

Nota: Información obtenida de tomada de las tablas N° 113 y 115. Elaborado por Patricia Calderón

1. Nueva TIR

$$\text{NUEVA TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,49 + 0,10 \left(\frac{1,31}{1,31 - 32,49} \right)$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,49 + 0,10 \left(\frac{1,31}{33,80} \right)$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,49 + 0,039$$

$$\text{NUEVA TIR} = 44,53$$

4. Sensibilidad

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{43,97}{44,53} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,99$$

2. Diferencia de tasas

$$\text{DIFERENCIA DE TASAS} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DIFERENCIA DE TASAS} = 79,48 - 44,53$$

$$\text{DIFERENCIA DE TASAS} = 34,95$$

3. Porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VARIACIÓN} = \left(\frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACIÓN} = \left(\frac{34,95}{79,48} \right) * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACIÓN} = 43,97$$

Análisis: el proyecto no es sensible ante un incremento en los costos del 6,88%; es decir, si los incrementan los costos hasta este porcentaje no afecta la rentabilidad del proyecto, de acuerdo a los criterios antes mencionados 0,99 es menor a 1 por lo tanto lo significa que el proyecto es rentable.

8. Conclusiones.

Al haber finalizado el trabajo de investigación se llega a las siguientes conclusiones:

- Con base en el estudio realizado se determinó, que el mercado objetivo de la tienda son los jóvenes del sector urbano de entre 20 a 34 años del cantón Loja que presentan una estabilidad económica.
- El nivel de conocimiento del producto por parte del consumidor objetivo, es significativo, siendo este de un 94% del total encuestado; además, existe un uso de esta prenda del 100% del 94% de clientes potenciales mencionados anteriormente.
- También, se determinó que estos jóvenes adquieren en promedio al año 3 hoodies. Por otro lado, también se determinó que los jóvenes encuestados adquieren las hoodies por moda; así mismo, las prefieren sin estampados; al momento de la compra ellos se fijan principalmente en el diseño de la hoodie inclinándose por un estilo de juvenil.
- Las tallas más adquiridas frecuentemente son la L y la talla M; prefieren las hoodies en color blanco, colores suaves como beige, el color rojo y el color negro; en promedio invierten en la compra de hoodies 26,72 dólares; las adquieren mayormente en almacenes de ropa de vestir; las promociones que más reciben son los descuentos en fechas especiales; y, el medio por el que se informan sobre la venta de este tipo de prendas es Facebook e Instagram.
- En el contexto del estudio de mercado, se determinó una demanda potencial y real de 94.061 hoodies anual, una demanda efectiva 92.180 hoodies, una estimación de la oferta de 2.920 hoodies; y, finalmente el proyecto presenta una demanda insatisfecha anual de 89.260 hoodies.
- En el estudio técnico se determinó que la empresa presenta una capacidad instalada de 7.300 hoodies anuales y una capacidad utilizada de 3132 hoodies anuales trabajando 16 horas laborables con dos jornadas de trabajo de 8 horas respectivamente con un requerimiento de 3 operarias y 2 ayudantes.
- Se estableció que durante el horizonte del proyecto la empresa trabajara con un porcentaje de capacidad utilizada del 72%, es decir, producirá anualmente 5.481 hoodies.
- Por otro lado, se definió que el lugar óptimo para el funcionamiento de la empresa es el Cantón Loja, parroquia El Valle, Ciudadela la Inmaculada, calles Av. Salvador Bustamante

Celi y Miguel Cano en un local que consta de un espacio físico de 200° metros cuadrados, y constara de todos los servicios básicos para el desarrollo de las actividades de la empresa.

- La empresa se constituirá legalmente como compañía de Responsabilidad Limitada denominada “For Us Cía. Ltda.” Con el aporte de 4 socios. Se estableció una estructura orgánica funcional para la operativización de las actividades empresariales.
- En el estudio financiero se determinó que la inversión inicial del proyecto es de \$ 20.912,48 dólares el mismo que será financiado el 81% con aporte de socios y el 19% será financiado mediante un crédito a una tasa de interés de 10,21%. En cuanto al costo total de producción anual en el primer año es de \$ 125.192,04 dólares, se obtiene un costo unitario de producción de \$23,40 dólares, valor que se le asigna un margen de utilidad del 15% para la Talla M dando como resultado un precio de venta al público de \$27 dólares, para la talla L se le asigno un margen de utilidad del 18% dando como resultado un precio de \$28 dólares en el caso del precio para los intermediarios se le asigno un margen de utilidad del 6% generando como resultado un precio de venta al intermediario de \$ 25 dólares. Y, por último, se determinó un ingreso por ventas en el primer año \$ 144.575,43 dólares y una utilidad líquida de 11.981,73 dólares.
- En lo correspondiente a la evaluación financiera, se determinó una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) de 19,54% misma que fue utilizada para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) obteniendo como resultado un VAN positivo de USD 33.154,48; una TIR de 79,46% superior a la del TMAR; el período de recuperación de capital (PRC) es de 1 año, 10 meses y 6 días; y la relación beneficio costo (RBC) es de 0,15 centavos de dólar por cada dólar invertido; y, el análisis de sensibilidad nos determina que el proyecto puede tener una disminución en los ingresos de hasta el 5,95% y un incremento en los costos de hasta el 6,88%.

9. Recomendaciones.

Luego de haber realizado las conclusiones del trabajo de investigación se recomienda:

- Se ejecuten las estrategias de promoción y publicidad, haciendo énfasis en la priorización del uso de redes sociales para actividades promocionales y publicitarias, además, se conviertan en un medio para lograr ventas online. Para así dar a conocer el producto a un mayor segmento de mercado y posicionar la empresa.
- Efectuar el seguimiento continuo de los procesos productivos de la empresa y evaluar la posibilidad de un incremento en la capacidad productiva de la misma para así adentrarse a nuevos mercados.
- Se realice la contratación de mano de obra local para así contribuir a la creación de plazas de empleo en la localidad y ayudar a la mejora de la calidad de vida de la ciudad.
- Que la empresa ejecute los manuales de funciones para un óptimo y eficiente desarrollo de las actividades productivas, administrativas y de ventas de la empresa, así como también sirvan como una guía eficaz para los trabajadores de cada uno de los puestos de la institución.
- Mantener una comunicación consecutiva además de efectiva con el personal de trabajo respecto a sus funciones, filosofía empresarial, políticas, valores y estrategias empresariales, con el fin de encaminar a los trabajadores hacia el logro metas y objetivos de la empresa.
- Una vez que la empresa se encuentre posicionada en el mercado, se sugiere que se apliquen constantes encuestas de satisfacción al cliente como también encuestas de investigación de mercados con el fin de estar actualizados sobre los requerimientos del cliente que hacen parte del mercado objetivo y así fidelizarlos.
- La ejecución del presente proyecto de inversión con base en los resultados positivos obtenidos en la evaluación financiera lo que significa que el proyecto es rentable y también porque permitirá satisfacer la demanda existente en el mercado.

10. Bibliografía.

- Alcaraz, R. (2011). *EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO*. México, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Alegsa, L. (28 de 10 de 2019). *Deficiones de.com*. Obtenido de Definición de corte y confección: https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/corte_y_confeccion.php
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, A. (2021). *El sector textil y de confecciones y su importancia para Ecuador*. Obtenido de <https://www.muhomejorecuador.org.ec/el-sector-textil-y-de-confecciones-y-su-importancia-para-ecuador/>
- Baca, U. G. (2007). *Evaluación de Proyectos* (5ta Edición ed.). México D.F.: Mc Graw-Hill.
- Baca, U. G. (2013). *Evaluación de proyectos. Séptima edición*. México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Benavides, A. J. (2014). Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de chompas casuales para jóvenes en el sur de Quito. *Tesis previa a la obtención de título de Ingeniero Comercial*. Universidad Técnica Salesiana Sedes Quito, Quito, Ecuador . Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6161/1/UPS-QT04498.pdf>
- Burbano, R. J. (2011). *Presupuestos Enfoque de Planeación y Control* . Bogotá, Colombia : McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S. A.
- Cabascango, A. R. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de chompas de tela polar flex, en la ciudad de otavalo provincia de Imbabura. *Trabajo de grado previo a la obtención de título de ingeniera en contabilidad y auditoria CPA*. Universida Técnica de Norte, Ibarra, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2120/1/02%20ICA%20413%20TESIS%20ELENA%20CABASCANGO.pdf>
- Cámara de industrias y la producción, C. (2021). *Balance del sector industrial en 2021 y proyecciones de la CIP para 2022*. Obtenido de <https://www.cip.org.ec/2021/12/27/balance-del-sector-industrial-en-2021-y-proyecciones-de-la-cip-para-2022/#:~:text=Por%20su%20parte%20el%20sector,para%202021%20y%202022%2C%20respectivamente.>

- Casa Textil, C. (2022). *Página web*. Obtenido de <https://casatextil.co/rib-algodon/#:~:text=La%20tela%20rib%20algod%C3%B3n%20o,%2C%20pantalones%2C%20pijamas%20y%20sudaderas>.
- Censo de Población y de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos, (. I. (2010). *Censo de Población y VI de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Perfil%20territorial%20LOJA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Perfil%20territorial%20LOJA%20(1).pdf)
- Código orgánico de la producción comercio e inversiones, C. (2018). *Código orgánico de la producción comercio e inversiones*. Quito, Ecuador. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Cordoba, P. M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos. 2 Edición*. Bogota : Ecoe Ediciones.
- Diccionario del léxico de Oxford, D. (2022). *Diccionario de inglés y español, sinónimos y traductor de español a inglés*. Obtenido de <https://www.lexico.com/es/definicion/algodon>
- Ferrer, J., & Clemenza, C. (2003). Responsabilidad y códigos de ética en la construcción de organizaciones para la gestión pública. Un caso de aplicación. *Revista Multiciencias*, 23. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/904/90430103.pdf>
- Flores, T. G. (2004). Evaluación de la contaminación generada por el vertido de aguas residuales provenientes de la Industria Textil en Zinapecuaro. *Tesis de grado*. Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior de Industria Textil., MICHOACAN.
- Flores, U. J. (2017). *Proyectos de inversión para las PYMES. Cuarta Edición*. Bogotá, Colombia: ECOE ediciones.
- Franklin, F. E. (2004). *Organización de Empresas*. México. D.F. : McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Gallegos, S. A. (2017). Estudio de prendas y remanentes de la confección para la elaboración de indumentaria. *Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, I. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), enero 2022*. Quito: Boletín Técnico N° 04-2022-ENEMDU.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, I. (2010). *Población y demografía*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *Marketing de Servicios Profesionales*. Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Lanche, P. Y. (2016). Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de confección y comercialización de ropa antialérgica para bebés de 0 a 6 meses de edad en la ciudad de Loja. *Tesis para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas*. Universidad Nacional de Loja, Loja.
- MODAELLAS.COM, m. (2013). *ROPA JUVENIL*. Obtenido de <https://modaellas.com/author/Blanca/>
- Morales, C. J., & Morales, C. A. (2009). *Proyectos de inversión: Evaluación y Formulación. Primera Edición*. México, D. F: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Muñoz, H. L., & Restrepo, M. J. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa confección de ropa femenina en la ciudad de Pereira. *Proyecto de grado*. Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/71398822.pdf>
- Nosnik, A. (2005). *Culturas Organizacionales: Origen, Consolidación y Desarrollo*. Netbiblo.
- Pasaca, M. (2011). *Formulación de proyectos de inversión (Vol. II)*. Loja, Loja, Ecuador: GraficPlus.
- Pasaca, M. M. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Segunda Edición*. Loja, Ecuador: Pasaca Mora, Manuel Enrique.
- Real Academia Española, R. (2021). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/sudadera>
- Salvador, P. L., Jurado, Z. R., Rodríguez, S. P., Revelo, O. R., & Haro, H. E. (2017). *Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición*. Ecuador: ISBN: 978-9942-28-830-1.
- Sapag, C. N. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación de proyectos. Segunda Edición*. Santiago de Chile: Pearson Educación de Chile S.A.
- Sarmiento, C., Pulla, E., Ramón, I., González, E., Solórzano, A., Feijo, I., & Narvaez, J. (2017). *Casos de Proyecto de Inversión*. Guayaquil, Ecaudor: Grupo COMPAS.
- Textiles Tornasol, T. (2022). *Página web*. Obtenido de http://www.textilestornasol.com/tela_fleece.htm

Varela, V. R. (2008). *Innovación Empresarial; Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Tercera Edición. Bogotá, Colombia: PEARSON EDUCACIÓN DE COLOMBIA, LTDA.

Vasquez, R. V. (1985). *Organización aplicada* . Quito: Graficas Arboleda Offset.

11. Anexos.

11.1. Anexo 1. Resumen del anteproyecto.

TÍTULO:

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa casual juvenil en la línea de hoodies unisex en la ciudad de Loja 2022”

a) PROBLEMA

La vestimenta hoy en día toma cada vez más relevancia entre la población joven, llegando a tomar el papel de necesidad básica gracias a diferentes factores entre ellos el más destacado que es el auge de redes sociales, donde una de las prendas dominantes y básicas dictadas por la moda juvenil son las denominadas hoodies que son básicamente sudaderas con capucha casuales. Actualmente esta prenda en la ciudad de Loja es satisfecha por prendas provenientes de las ciudades como: Ambato, Quito, Guayaquil, Cuenca, que ofrecen una variedad de modelos de prendas de este tipo llegando a conquistar el gusto del consumidor. Por otro lado, es importante señalar que las hoodies provenientes de estas ciudades a veces tienen un costo elevado, además de que muchas veces son de mala calidad ya que no se utiliza la materia prima adecuada para la elaboración de estos productos ni se lleva un control de calidad que le permita al consumidor estar seguro de lo que compra.

Como una forma de combatir esta realidad local, es necesario el surgimiento y fortalecimiento de empresas locales de confección de este tipo de prendas para que puedan competir con la presencia de producto local, además de competir en calidad, variedad y precio consiguiendo que el consumidor se interese por adquirir el producto local ya que en los últimos tiempos el comprador deja de lado la producción de la localidad por la externa haciendo que la misma no tenga mucha acogida.

Dentro de la ciudad de Loja sería factible la creación de una empresa de confección de hoodies unisex para luego ser comercializadas en la localidad, puesto que, con esto es donde se satisface la necesidad de las personas que adquieren estas prendas, ofreciéndoles que puedan adquirir prendas de buena calidad, además de encontrar una gran variedad con diseños diferentes con la última

tendencia en moda, logrando así que los consumidores se sientan satisfechos y cómodos al momento de vestir este tipo de prendas y a la vez se logra a aportar al desarrollo local.

Con el fin de minimizar y dar solución a lo mencionado anteriormente, se propone un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa casual juvenil en la línea de hoodies unisex en la ciudad de Loja, los productos que ofrecerá esta línea son dos modelos de hoodies: Hoodies con cierre y las hoodies sin cierre, estos modelos tendrán diseños llanos, así como también diseños variados de estampados a la moda y estampados personalizados dependiendo del gusto del cliente.

b) JUSTIFICACIÓN

Una de las problemáticas actuales del Ecuador es el desinterés por buscar nuevas fuentes de inversión y desarrollo económico del país, específicamente en Loja, es por eso que es necesario el apoyo a estos proyectos que buscan tener un desarrollo socioeconómico para el bienestar de la comunidad.

El desarrollo del presente trabajo es importante, puesto que, es un modelo de emprendimiento en el momento que se buscan alternativas generadoras de ingresos, además que ayuda a la producción local y nacional. El negocio que se plantea como propuesta, tendrá características que le permitirá ser diferente ante los similares que se presentan en la actualidad, ya que es indispensable poder cautivar al consumidor con la oferta que se le proporciona y hacerlos clientes frecuentes.

Se realizará el estudio de viabilidad para la confección de ropa casual juvenil en la línea de hoodies unisex, realizando una recopilación de información detallada e incluyendo el estudio del mercado, la identificación de los componentes técnicos, una definición de la estructura organizacional, un estudio financiero y la elaboración de la evaluación financiera.

c) OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa casual juvenil en la línea de hoodies unisex en la ciudad de Loja.

4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta de la ropa casual juvenil en la línea de hoodies de la ciudad de Loja.
- Elaborar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto, así como la estructura legal del proyecto.
- Diseñar un estudio administrativo y organizacional del proyecto como la filosofía empresarial y delimitación de las funciones de acuerdo a la estructura y tamaño de la empresa.
- Elaborar el estudio financiero para determinar la inversión necesaria y los costos del proyecto.
- Efectuar una evaluación financiera para determinar a través de sus indicadores si la inversión propuesta será económicamente rentable.

d) MATERIALES Y METODOS

e.1. Materiales

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes materiales:

- ✓ Computadora portátil
- ✓ Impresora
- ✓ Flash Memory
- ✓ Internet

e.2. Métodos Y Técnicas

Para la realización de la metodología se partirá de la determinación como variable uno el “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa juvenil en línea de hoodies unisex en la ciudad de Loja”. Y, por otro lado, como variables dos se encuentran la comercialización en el mercado Lojano, la Identificación del mercado, y la definición si es factible o no el proyecto

Los métodos que se utilizaran para el desarrollo del presente proyecto son:

- **Método Deductivo**

Este método se lo utilizará para jerarquizar la información, realizar un análisis de los aspectos más relevantes del proyecto de inversión en la cual se empezaría desde la parte de conceptos básicos hasta poder llegar a describir aquellos métodos, procedimientos, técnicas, lineamientos utilizados para realizar una valoración y posteriormente el análisis correspondiente de la información para la realización del proyecto de inversión.

- **Método Estadístico**

Será útil para hacer el análisis y tabulación que se obtendrá de las encuestas aplicadas a la muestra seleccionada de la ciudad de Loja, además, permitirá la realización de una representación gráfica de los resultados obtenidos de cada una de las variables cuestionadas en el instrumento de la encuesta, con el objetivo de sintetizar dichos resultados y obtener su comprensión.

- **Método Analítico**

Se utilizará para obtener un conocimiento más amplio de la investigación que se realizará ya que será utilizado para el análisis e interpretación de los datos resultantes de la encuesta logrando con esto convertir estos datos en información relevante para la realización de los diferentes estudios requeridos por el proyecto.

- **Método Matemático**

El método matemático será utilizado para el cálculo de diferentes rubros obtenidos en el estudio financiero que serán usados posteriormente para el cálculo de cada uno de los indicadores de evaluación para valorar la viabilidad del proyecto y determinar si es o no factible la creación de la empresa.

- **Método Sintético**

Se lo utilizará de tal modo que permita resumir, redactar y presentar la información de los valores y datos sobre el presente proyecto de inversión, así mismo sobre las particularidades presentadas en el mismo de tal modo que esta información obtenida en el proceso contribuirá a formular el informe final de los resultados obtenidos ayudando a la determinación de la viabilidad del proyecto.

e2.2. Técnicas

Las técnicas que utilizarán son:

- **Recopilación documental**

La cual se utilizará esta técnica para ampliar los conocimientos y reforzando los ya obtenidos de tal modo que se recopilará la información de fuentes bibliográficas como libros, blogs, artículos, tesis, páginas web, leyes, reglamentos y normatividad necesaria, con la finalidad de sistematizarla, ordenarla, clasificarla y analizarla, y así; tener veracidad al momento de realizar el análisis y definición de la viabilidad del proyecto de inversión.

- **Encuesta**

Esta técnica servirá para recolectar la información suficiente y necesaria de manera directa al segmento de mercado al que va dirigido el proyecto de factibilidad.

- **Entrevista**

Esta técnica servirá para el diseño de cuestionarios que constará de preguntas relacionadas al tema de investigación y será aplicada a los proveedores de la materia prima y materiales necesarios para la elaboración de hoodies, y con esto obtener información veraz y oportuna a través de esta técnica.

f.) CRONOGRAMA DE TRABAJO

Para la ejecución de este proyecto se planteó un cronograma de actividades que permitirá llevar de forma ordenada ca la realización de cada una de las actividades que se detallan a continuación:

Semanas	Semana 1					Semana 2					Semana 3					Semana 6					Semana 7					Semana 6					Semana 7					Semana 8														
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
Recopilación documental bibliográfica																																																		
Diseño de los instrumentos de recolección de información																																																		
Elaboración de cuestionarios																																																		
Prueba piloto																																																		
Tabulación																																																		
Rediseño e impresión de cuestionario																																																		
Aplicación de encuestas																																																		
Organización de la información																																																		
Verificación que estén completas las encuestas																																																		
Tabulación de las encuestas																																																		
Presentación de información																																																		
Redacción de resultados de las encuestas																																																		
Semanas	Semana 9					Semana 10					Semana 11					Semana 12					Semana 13					Semana 14					Semana 15					Semana 16														
Actividades	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
Análisis de la información																																																		
Elaboración de interpretación de las encuestas																																																		
Interpretación de la información																																																		
Redactar resumen ejecutivo																																																		
Redactar conclusiones																																																		
Redactar recomendaciones																																																		
Presentación y corrección de borrador																																																		
Revisión del borrador por el tribunal																																																		
Corrección del borrador																																																		
Aprobación del borrador por el tribunal																																																		

11.2. Anexo 2. Encuesta a los jóvenes de Loja de entre 20 a 34 años.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa casual juvenil en la línea de hoodies unisex (chompas) en la ciudad de Loja. Los datos proporcionados serán usados con fines netamente académicos. Por lo que le solicito muy comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas, la información brindada será confidencial.

Lea detenidamente cada pregunta, y conteste de manera real de acuerdo a su percepción.

Marque con una x

1. Edad

- 18 a 24 años
- 25 a 29 años
- 30 a 34 años

2. Genero

- Masculino
- Femenino
- Otro

3 Trabaja En:

- Sector público
 - Sector privado
 - Comerciante
 - Estudiante
 - Otro
- Especifique.....

4. Sus ingresos promedios son:

- De 200 a 500
- De 501 A 800

- De 801 a 900
- De 901 a 2000
- De 2000 a 3000
- De 3001 a 4000

5. **¿Le gusta las chompas tela fleece perchado también conocidas como buzos o hoodies?**

- Si
- NO

6. - **¿Usa chompas?**

- Si
- NO

7. **¿Qué tipo de chompas usa?**

- Lana
 - Tela fleche perchado (hoodies)
 - Kashmir
 - Algodón
 - Lino
 - Tejido Mixto
 - Seda
 - Fibras sintéticas
 - Otro
- Especifique.....

8. **¿Por qué razón compra usted chompas de tela fleche perchado(hoodies)?**

- Moda
 - Por el clima
 - Hacer deporte
 - Otro
- Especifique

9. **Cuando busca comprar chompas de tela fleche perchado (hoodies) logra encontrar fácilmente en algún local o marca en particular.**

- Si
- NO

10. Señale ¿Con qué frecuencia y en qué cantidad adquiere las chompas de tela fleche perchado?

<u>Frecuencia</u>	<u>Cantidad</u>		
<input type="checkbox"/> Mensual	1-2	3-4	5-6
<input type="checkbox"/> Trimestral	1-2	3-4	5-6
<input type="checkbox"/> Semestral	1-2	3-4	5-6
<input type="checkbox"/> Anual	1-2	3-4	5-6

11. ¿Qué tipo de chompas (hoodie) adquiere con más frecuencia?

- Llanas
- Estampadas

12. ¿Qué aspecto considera importante al momento de comprar chompas (hoodies)?

- Color
- Diseño
- Calidad
- Marca
- Precio
- Material

13. ¿De las siguientes opciones, con cuál se siente representad@ en su estilo?

- Informal
- Deporte
- Juvenil
- Tradicional
- Formal

14. ¿Qué tallas adquiere frecuentemente?

- S
- M
- L
- XL
- XXL

15. ¿Qué color de chompa prefiere usted?

- Blanco
- Negro
- Tonos Suaves
- Tonos fuertes

- Tela estampada

16. ¿Al momento de realizar una compra de una chompa (hoodies), en promedio cuánto es el valor que invierte en ella?

- \$ 10 - \$20
- \$ 21 - \$30
- \$ 31 - \$40
- \$ 40 - \$60
- \$ 61 - \$80

17. ¿En qué lugares adquiere este tipo de prendas?

- Almacenes de ropa
- Boutiques
- Almacén especializado de chompas (hoodies)
- Centros comerciales
- Ferias de la localidad
- Mercado
- Otros

18. Cuando usted adquiere este tipo de prendas ha recibido algún tipo de promoción:

- Si
- No

19. Si su respuesta fue si, que tipo de promociones recibió:

- Descuentos
 - Ofertas
 - Gorras
 - Lápices
 - Llaveros
 - Otro
- Especifique

20. Por qué medios de comunicación se enteró de dónde venden este tipo de productos.

- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- WhatsApp

- Telegram
- Página web
- Radio
- Televisión
- Prensa escrita (Periódico, revistas, etc.)

21. Si en la ciudad de Loja se implementará una empresa de confección de chompas (hoodies) estaría usted dispuesto adquirir el producto

- Si
- No

22. Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre los los productos y promociones de esta empresa.

- WhatsApp
- Instagram
- YouTube
- Facebook
- Tik tok
- Telegram
- Correos electrónicos
- Página web
- Radio
- Televisión
- Prensa escrita (Periódico, revistas, etc.)

23. ¿Cómo le gustaría a usted que se promocione la nueva unidad productiva?

- Descuentos
- Ofertas
- Gorras
- Lápices
- Llaveros
- Otro

Especifique

¡Gracias por su colaboración!



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Con el objetivo de cumplir con los requerimientos académicos de la carrera Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro realizando una investigación de mercados con la finalidad de determinar el número de empresas de confección y comercialización de chompas unisex en la ciudad de Loja, para lo cual le ruego de la manera más comedida contestar honestamente la presente encuesta. Los datos proporcionados serán usados con fines netamente académicos. Por lo que le solicito muy comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas, la información brindada será confidencial.

Lea detenidamente cada pregunta, y conteste de manera real de acuerdo a su percepción.

1. ¿Indique el nombre de su empresa o comercializadora?

.....

2. ¿En su empresa usted vende chompas/hoodies/buzos?

- Si
- No

3. ¿Cuántas chompas/hoodie/buzo vende usted diariamente?

- 1 a 10
- 11 a 20
- 21 a 30
- 31 a 40
- 41 a 50
- 51 a 100

4. ¿A qué precio vende usted cada chompa/hoodie/buzo?

- \$ 11 a 20
- \$ 21 a 30
- \$ 31 a 40
- \$ 41 a 50
- \$ 51 a 60

- \$ 61 a 70
- \$ 71 a 80
- \$ 81 a 90
- \$ 91 a 100

5.¿Qué tallas son las que se venden frecuentemente?

- M
- L
- XL
- XXL

6.¿Qué medio de comunicación utiliza para realizar la publicidad de su empresa?

- Instagram
- Facebook
- Tik Tok
- WhatsApp
- Telegram
- Página web
- Radio
- Televisión
- Prensa escrita (Periódico, revistas, etc.)

7.¿Cuál es su horario preferido para contratar la publicidad en los medios de comunicación?

- Mañana
- Tarde
- Noche

8.¿Cuáles de las siguientes promociones realiza con más frecuencia en su empresa por la venta del producto a sus clientes?

- Descuentos por fechas especiales
- Obsequios por ser cliente frecuente
- Por cada prenda adquirida, un producto adicional gratis
- Calendarios, llaveros, camisetas

¡Gracias por su colaboración!

11.4. Anexo 4. Entrevista aplicada a proveedor de telas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Con el objetivo de cumplir con los requerimientos académicos de la carrera Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro realizando una investigación de costos con la finalidad de determinar los costos de materia prima e insumos para la confección de hoodies unisex en la ciudad de Loja, para lo cual le ruego de la manera más comedida contestar honestamente la presente entrevista. Los datos proporcionados serán usados con fines netamente académicos. Por lo que le solicito muy comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas, la información brindada será confidencial

1. Nombre de la empresa

.....

2. Dirección:

.....

3. ¿Usted provee tela fleceee perchado?

.....

4. ¿Provee también de la tela rib?

.....

5. ¿Tiene experiencia trabajando con empresas de confección de ropa?

.....

.....

6. Maneja usted un catálogo físico o digital para sus productos

.....

.....

7. ¿Cuál es el precio de la tela fleche perchado al por mayor?

.....
.....

8. ¿Cuál es el precio de la tela rib al por mayor?

.....
.....

9. ¿A partir de que cantidad de tela fleche perchado se puede acceder al precio de mayoreo?

.....

10. ¿De cuanta tela fleche perchado se abastece al mes?

.....
.....

11. ¿Qué cantidad de tela fleche perchado estaría en capacidad de proveerme en caso de convertirme en su cliente?

.....
.....

12. ¿Estaría en capacidad de proveerme más tela fleche perchado en caso de necesitar de más producto del acordado?

.....
.....

13. ¿Cuáles son los términos y condiciones para las órdenes de compra?

.....
.....

14. ¿Cuál es el plazo de entrega de productos una vez realizado el pedido?

.....
.....

15. ¿Qué sistemas o procesos tienen en marcha para garantizar la exactitud del cumplimiento de los pedidos?

.....
.....

16. ¿Qué ocurre si no se cumplen los compromisos de entrega?

.....
.....

17. ¿Cuál es su política si pierden o dañan mi pedido?

.....
.....

18. ¿Cuáles son los canales de comunicación si le necesito de urgencia?

.....
.....

¡Gracias por su colaboración!

11.5. Anexo 5. Entrevista al proveedor hilo y cordones



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Con el objetivo de cumplir con los requerimientos académicos de la carrera Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro realizando una investigación de costos con la finalidad de determinar los costos de materia prima e insumos para la confección de hoodies unisex en la ciudad de Loja, para lo cual le ruego de la manera más comedida contestar honestamente la presente entrevista. Los datos proporcionados serán usados con fines netamente académicos. Por lo que le solicito muy comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas, la información brindada será confidencial

1. Nombre de la empres

.....

2. Dirección:

.....

3. ¿Usted provee tela cordones e hilos?

.....

4. ¿Tiene experiencia trabajando con empresas de confección de ropa?

.....

.....

5. Maneja usted un catálogo físico o digital para sus productos

.....

.....

6. ¿Cuál es el precio de la tela fleche perchado al por mayor?

.....

.....

7. ¿Cuál es el precio de los cordones al por mayor?

.....
.....

8. ¿Cuál es el precio del hilo al por mayor?

.....
.....

9. ¿A partir de que cantidad de hilo y cordones se puede acceder al precio de mayoreo?

.....

10. ¿De cuánto hilo y cordones se abastece al mes?

.....
.....

11. ¿Qué cantidad de hilo y cordones estaría en capacidad de proveerme en caso de convertirme en su cliente?

.....
.....

12. ¿Estaría en capacidad de proveerme más hilo y cordones perchado en caso de necesitar de más producto del acordado?

.....
.....

13. ¿Cuáles son los términos y condiciones para las órdenes de compra?

.....
.....

14. ¿Cuál es el plazo de entrega de productos una vez realizado el pedido?

.....
.....

15. ¿Qué sistemas o procesos tienen en marcha para garantizar la exactitud del cumplimiento de los pedidos?

.....
.....

16. ¿Qué ocurre si no se cumplen los compromisos de entrega?

.....
.....

17. ¿Cuál es su política si pierden o dañan mi pedido?

.....
.....

18. ¿Cuáles son los canales de comunicación si le necesito de urgencia?

.....
.....

¡Gracias por su colaboración!

11.6. Anexo 6. Oficio de aprobación de trabajo de titulación



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Recibido el día de hoy diez de noviembre del dos mil veintiuno, a las 12h50.- Lo Certifico.- La Secretaria.

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2021.11.11 12:28:03
-05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.,
SECRETARIA ABOGADA

Loja, diez de noviembre del dos mil veintiuno, a las 13h00.- De conformidad al informe favorable de pertinencia emitido por el Ing. **Raúl Ernesto Chávez Guamán** Mg. Sc., docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, se aprueba el proyecto de tesis, intitulado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COFECCIÓN DE ROPA CASUAL JUVENIL EN LA LÍNEA DE HOODIES UNIEX EN LA CIUDAD DE LOJA, 2022"**, presentado por la postulante: **PATRICIA VERÓNICA CALDERÓN CALDERÓN**, con cédula de identidad N°**1105781700**, estudiante del ciclo 10, (Ciclos de Titulación-2021), de la Carrera de Administración de Empresas, modalidad presencial, previo a optar el grado y título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.- En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo **136** del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja. Se aprueba el proyecto de tesis y se designa Director de Tesis al Ing. **Raúl Ernesto Chávez Guamán** Mg. Sc.,- Notifíquese.



Firmado digitalmente por:
**JUAN PABLO
SEMPERTEGUI
MUÑOZ**

Ing. **Juan Pablo Sempertegui Muñoz** MAE,
DIRECTOR DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Loja, diez de noviembre de dos mil veintiuno, a las 18h00- Notifiqué con el acta de designación de director de tesis que antecede al Ing. **Raúl Ernesto Chávez Guamán** Mg. Sc., y firma electrónicamente.



Firmado digitalmente por:
**RAUL ERNESTO
CHAVEZ GUAMAN**

Ing. **Raúl Ernesto Chávez Guamán** Mg. Sc.,
DIRECTOR DE TESIS

ENA REGINA
PELAEZ SORIA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ SORIA
Fecha: 2021.11.11 12:28:13
-05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.,
SECRETARIA ABOGADA

NOTA: Legalizado el decreto envío para archivarlo en el expediente electrónico del estudiante

Elaborado por: José H. Amay.

11.7. Anexo 7. Oficio de designación de director de titulación



unl

Universidad
Nacional
de Loja

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Recibido el día de hoy veinte de octubre del dos mil veintiuno, a las 11h00.- Lo Certifico.- La Secretaria.

Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2021.10.21
11:51:36 -05'00'

Dra. Ena Regina Pelaez Soria, Mg. Sc.,
SECRETARIA ABOGADA

Loja, veinte de octubre del dos mil veintiuno, a las 11h10- Designase al Ing. **Raúl Ernesto Chávez Guamán** Mg. Sc., docente de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, de conformidad a lo previsto en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, para que dentro de los ocho días laborables, emita el informe de Pertinencia, al Director de la Carrera, sobre la estructura, coherencia y pertinencia del proyecto de tesis, intitulado: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL PRODUCTORA DE ROPA JUVENIL INFORMAL EN LA CIUDAD DE LOJA", presentado por la postulante: **PATRICIA VERÓNICA CALDERÓN CALDERÓN**, con cédula de identidad N°**1105781700**, estudiante del ciclo 10, previo a optar el Grado de Ingeniero en Administración de Empresa y Título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.



Firmado digitalmente por:
**JUAN PABLO
SEMPERTEGUI
MUÑOZ**

Ing. **Juan Pablo Sempertegui Muñoz MAE,**
DIRECTOR DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Loja, veinte de octubre del dos mil veintiuno, a las 18h00.- Notifiqué con el decreto que antecede al Ing. **Raúl Ernesto Chávez Guamán** Mg. Sc., y firma electrónicamente.



Firmado digitalmente por:
**RAUL ERNESTO
CHAVEZ GUAMAN**

Ing. **Raúl Ernesto Chávez Guamán** Mg. Sc.,
DOCENTE

Firmado
digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ
SORIA
Fecha: 2021.10.21
11:51:47 -05'00'

Dra. Ena Regina Pelaez Soria, Mg. Sc.,
SECRETARIA ABOGADA

NOTA: Legalizado el decreto envío para el expediente electrónico del estudiante

Elaborado: José H. Amay Guamán

11.8. Anexo 8. Oficio de certificación tribunal y aprobación tesis.



Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de
Administración
de Empresas

Loja, 19 de mayo de 2022

Los que al pie firmamos, certificamos que hemos revisado las correcciones realizadas al proyecto de tesis denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COFECCIÓN DE ROPA CASUAL JUVENIL EN LA LÍNEA DE HOODIES UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA 2022”**. presentado por la aspirante: **Srta. Patricia Verónica Calderón Calderón**, y una vez cumplidas las mismas autorizamos para que se continúe con los trámites correspondientes de graduación.

Para constancia de lo actuado firman en unidad del acto el señor presidente del Honorable Tribunal y los Docentes Miembros.



Firmado digitalmente por:
**JUAN PABLO
SEMPERTEGUI
MUÑOZ**

Ing. Juan Pablo Sempértegui Muñoz, M.A.E.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado digitalmente por:
**CARMEN ELIZABETH
CEVALLOS CUEVA**

Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva, PhD
VOCAL DEL TRIBUNAL



Firmado digitalmente por:
**JIMENA ELIZABETH
BENITEZ
CHIRIBOGA**

Ing. Jimena Benítez Chiriboga, Mg.Sc.
VOCAL DEL TRIBUNAL

11.9. Anexo 9. Certificado de Inglés



Mg. Yanina Quizhpe Espinoza
Licenciada en Ciencias de Educación mención
Inglés
Magister en Traducción y mediación cultural

Celular: +593989805087
Email: yaniges@icloud.com
Loja, Ecuador 110104

Loja, 3 de junio, 2022

Yo, Lic. Yanina Quizhpe Espinoza, con cédula de identidad 1104337553, docente del Instituto de Idiomas de la Universidad Nacional de Loja, y con licencia como traductora registrada en el Ministerio de trabajo del Ecuador **MDT-3104-CCL-252640**, certifico:

Que tengo el conocimiento y dominio de los idiomas español e inglés y que la traducción del resumen de trabajo de integración curricular o de titulación; **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA CASUAL JUVENIL EN LA LINEA DE HOODIES UNISEX EN LA CIUDAD DE LOJA 2022**, cuya tutoría de la estudiante Patricia Verónica Calderón Calderón, con cédula 1105781700, es verdadero y correcto a mi mejor saber y entender.

Atentamente

YANINA
BELEN
QUIZHPE
ESPINOZA

Firmado digitalmente por
YANINA BELEN
QUIZHPE ESPINOZA
Fecha: 2022.06.02
17:12:50 -05'00'

Yanina Quizhpe Espinoza.

Traductora