



Universidad Nacional De Loja

Área Jurídica Social y Administrativa
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

**“CREACION DE UNA FABRICA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA
DAMA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL
GRADO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

Lino Efraín Jimbo Sarmiento

DIRECTOR:

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo

LOJA - ECUADOR

2012



Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación titulado, **"CREACIÓN DE UNA FÁBRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA DAMA EN LA CIUDAD DE LOJA"** del aspirante Lino Efraín Jimbo Sarmiento, previo a la obtención del grado de **INGENIERO COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Junio del 2012

Atentamente,



Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo.

DIRECTOR DE TESIS



AUTORÍA

Yo Lino Efraín Jimbo Sarmiento declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual

Autor: Lino Efraín Jimbo Sarmiento

Firma: _____

N° Cedula: 1104439953

Fecha: 02 de mayo del 2013



AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fortaleza necesaria, por estar conmigo en cada pasa que doy, por iluminar mi mente todos estos años de vida y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi Mamá, Papá y Hermanos, por brindarme su apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera universitaria.

A la Universidad Nacional de Loja, por abrirme sus puertas y a los profesores que pasaron por mi vida académica, por la educación brindada.

A la Carrera de Administración de Empresas, por forjarme como profesional y por la instrucción impartida.

A mis Abuelos Paternos y Maternos, por su consejo y guía.

Finalmente agradezco a todos mis amigos y familiares por ser incondicionales en los momentos difíciles y hacer de la vida universitaria más llevadera, agradable y divertida.

GRACIAS.....



DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto de titulación a mis padres, hermanos y amigos por todos los años de sacrificio, guía y afecto, por enseñarme el significado del Humildad y compartir lo poco a nada que hemos tenido, por los principios y valores inculcados a lo largo de mi vida, por ser parte integral de en mi desarrollo personal y estar junto a mi acompañándome en las buenas y en las malas, sin su apoyo jamás hubiera alcanzado este logro que más es suyo que mío. “LOS QUIERO A TODOS”

“El éxito es el efecto del sacrificio”



1. TÍTULO

**“CREACIÓN DE UNA FÁBRICA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA DAMA EN LA CIUDAD DE
LOJA”**



2. RESUMEN

El presente trabajo de investigación se refiere a la producción de pijamas para dama (mayores de 20 años) para ser comercializados en la ciudad de Loja, y con sus instalaciones para la producción en la ciudad de Loja, por el abaratamiento de los costos en lo referente a los recursos necesarios, en lo que tiene que ver con materia prima requerida y la mano de obra necesaria.

Para determinar la factibilidad del proyecto, se lo ha estructurado de tal manera que inicie con un Tema que basado en una idea elegimos el de crear una empresa productora y comercializadora de pijamas para dama en la ciudad de Loja, luego elegimos los materiales y métodos para el desarrollo del presente trabajo, continuamos con la descripción del producto, se realizó el correspondiente estudio de mercado, tamaño y localización, ingeniería del proyecto, organización de la empresa y la evaluación financiera.

En el estudio de mercado se pudo determinar que existe una demanda total actual para el primer año de 44.716 pijamas y una oferta total de 5.838 unidades, lo que abriría las puertas para implementar la fábrica en la ciudad de Loja.

El tamaño de la planta es de 3.120 unidades del producto al año, de esta el primer año la empresa producirá 2.496 unidades del producto que corresponde al 80% de la capacidad instalada, el segundo año se producirán 2.808 unidades del producto que corresponde al 90% de la capacidad instalada y del tercer año en adelante producirá el 100%.

Además se ha establecido su organización Legal y administrativa con lo que se propone una Compañía Limitada, los diferentes niveles jerárquicos y las



funciones que se debe desempeñar en cada uno de los puestos de trabajo en la empresa.

Luego de haber realizado la evaluación financiera, con sus respectivos índices, como el VAN (\$15.707,35), RBC (1,20), TIR (45,41%), PRC (2 años, 4 meses y 27 días.), siendo éstos positivos, se puede asegurar que se puede poner en marcha este proyecto sin mayores dificultades.

Uno de los indicadores financieros que demuestra que el proyecto es rentable es la TIR, que nos da un porcentaje mucho más alto que el costo de oportunidad que tiene capital en el mercado local, por tal razón se asegura que el proyecto es ejecutable.

Finalmente se presenta conclusiones y recomendaciones que se sugieren tomar en cuenta como elemento que pueda facilitar o mejorar la gestión empresarial. Esta como tal, está estructurada y se ha previsto que la vida útil del proyecto sea de un período de cinco años, estando ubicada en la ciudad de Loja.



Summary.

The present research concerns the production of pajamas for women (age 20) to be marketed in the city of Loja, and its production facilities in the city of Loja, by cheap costs in regarding the necessary resources; it has to do with raw materials required and labor needed.

To determine the feasibility of the project was held for market research, size and location, project engineering, business organization and financial evaluation.

In market research it was determined that there is a current total demand for 44,716 the first year of pajamas and a total supply of 5.838 units, which would open the gates to implement the factory in the city of Loja. The size of the plant is of 3,120 units of product per year, is the first year the company will produce 2,496 units of product corresponding to 80% of installed capacity, the second year produced 2,808 units of product corresponding to 90% of installed capacity and the third year onwards produce 100%.

It has also established its Legal and administrative organization thus offers a Limited Company, the different hierarchical levels and functions should play in each of the jobs in the company.

After completing the financial assessment, with their indexes, as the NPV (\$15.707,35), RBC (1.20), IRR (45,41%), PRC (2 years, 4 month and 27 days), with these positives, you can ensure that you can implement this project without much difficulty.



One of the financial indicators show that the project is profitable is the IRR, which gives us a much higher than the opportunity cost of capital has on the local market, for this ratio ensures that the project is executable.

This as such is structured and it is anticipated that the life of the project is a period of five years, being located in the city of Loja.



3. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del país, indudablemente depende del trabajo de sus habitantes, sin embargo la centralización del presupuesto no ha permitido el crecimiento industrial en todas las provincias, por ello es necesario que se adopten alternativas para que el sector privado pueda invertir y competir en iguales condiciones.

La diversidad de producción permitirá que las provincias fronterizas se desarrollen industrialmente, pasando de simples consumidoras a productoras, logrando eliminar la dependencia económica.

En estos días justamente se está proponiendo el Proyecto Loja Competitiva¹, que es un plan que nos interesa, puesto que ésta es una ayuda que ofrecen entidades extranjeras para facilitar la creación de empresas que impulsen al desarrollo de una ciudad.

Teniendo conocimiento de la problemática ecuatoriana y la influencia de compra de la mujer en nuestra sociedad actual es muy importante ya que su participación en el campo laboral viene creciendo a un ritmo considerable.

Es por este motivo que se debe realizar un análisis profundo y detallado para conocer los factores que impulsan la toma de decisiones para cada una de sus necesidades individuales y familiares. Se emprende en una verdadera alternativa y como mecanismo de diversificación de la producción planteando la necesidad de implementar un “Proyecto de factibilidad para la Creación de una

¹<http://www.gpl.gob.ec/?p=2540>Proyecto Loja Competitiva



Fábrica Productora y Comercializadora de Pijamas para Dama en la ciudad de Loja”

Habiendo tomado en cuenta que en nuestra ciudad existen varios almacenes que ofertan este producto y que a su vez también tiene una gran demanda, por lo que estamos ubicados en un lugar estratégico en el centro de la ciudad², en el cual tenemos acceso ya sea para la llegada de la materia prima, maquinarias y demás complementos, como para las personas que quieran comprar el producto. Con la producción que iniciaremos la actividad económica de la empresa el primer año será al 80% de la capacidad instalada o sea 2496 pijamas, el tipo de empresa a la cual nos registremos será la Compañía Limitada, por lo en un inicio formaran parte de la empresa cinco personas

Uno de los objetivos principales que buscamos es que este estudio de factibilidad sea confiable, ya que lo realizamos con la ayuda de especialistas en la materia para garantizar la viabilidad de estos estudios. Así mismo queremos brindar un servicio de calidad al consumidor y para lograrlo realizamos un estudio de Mercado, Técnico, Organizacional y Financiero, estos estudios nos sirven de base fundamental para realizar la inversión, los mismos que fueron elaborados de una manera sistemática.

Finalmente el producto que ofrecemos tiene una gran demanda y está diseñado de acuerdo a las condiciones y necesidades de las personas y que el mismo lo pueden adquirir durante todo el año.

²Calles José Félix de Valdivieso entre 18 de Noviembre y Av. Universitaria



La empresa se constituirá jurídica y administrativamente y se encontrara organizada con los niveles jerárquicos correspondientes con sus respectivos organigramas y manual de funciones, los mismos que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo.

Los resultados de los estudios realizados han sido positivos tanto el VAN(\$15.707,35) y la TIR(45,41%) nos indican que el proyecto es factible, lo mismo el tiempo en que se recupera la inversión es el adecuado, la relación beneficio costa es conveniente ya que existe una utilidad razonable, además el proyecto no será sensible cuando los costos se incrementen hasta un 9,5202%o sus ingresos se disminuyan en un 8,0652%.



4. MARCO TEÓRICO

4.1 HISTORIA Y ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA TEXTIL³.

Considero que es importante tener presente tanto los antecedentes de la industria textil, como el panorama actual de la misma. Primero, porque nos indica cómo ha evolucionado la industria textil, como pionera de los cambios tecnológicos, que actualmente forman parte fundamental en la obtención de la competitividad del comercio mundial, y segundo en lo referente al panorama de la industria textil a nivel mundial, nos brinda el contexto en el cual se intenta abordar la competitividad de la industria textil ecuatoriana y cuáles han sido los principales países líderes del mercado mundial.

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

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

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo,

³www.aite.com.ec Industria Textil



se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

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

El sector textil⁴ genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

4.2 ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL MUNDO⁵

La actividad textil en sus inicios se basaba en la producción doméstica, la cual se refiere al trabajo en casa o talleres familiares, que permitían a los trabajadores obtener recursos en la temporada baja en la agricultura, ellos trabajaban en la producción textil en la cual a través de un intermediario se hacía la entrega de materias primas y a la entrega de los bienes manufacturados el pago de la misma.

⁴www.aite.com.ec Industria Textil

⁵TORRER MOTTA, Marco. Técnicas Industriales de Producción. Ediciones San Marcos. Lima. 1997 y Cevallos, Juan. Tesis sobre las industrias.



La historia de la industria textil se remonta al primer proceso de la industrialización en regiones de Europa y Estados Unidos y conforme otros países comenzaron su desarrollo, la industria textil jugó un papel importante como medio para la industrialización. Las innovaciones tecnológicas exigieron pasar de la industria doméstica y dispersa a la fábrica, donde se concentraron maquinaria y trabajadores formando una cadena de producción.

Los molinos⁶ ya no necesitaban de los ríos con el uso del vapor; empezaron a utilizarse las primeras grandes máquinas de la industria textil y entonces, al abrirse el comercio luego de las reformas Borbónicas, llegaron géneros ingleses que eran de mejor calidad y que se producían a menor costo, y eso provocó la ruina de los pequeños productores domésticos.

La nueva organización aumentó la productividad del trabajo e hizo descender los costes y los precios. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra.

Desde entonces hasta la actualidad, los tejidos han ido variando y han sido producidos en fábricas, que cada vez desarrollan mejores tecnologías y cumplen más altos estándares de calidad.

4.3 ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR⁷

⁶VILLODRES, Ana, La Revolución Industrial, 24/08/2005, www.rincondelvago.com

⁷SALGADO, Carlos Humberto, Historia de la Fábrica Textil de Imbabura http://www.ciudadaniainformada.com/uploads/media/Historia_de_la_Fabrica_Textil_Imbabura.doc



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

Dichos obrajes y batanes se ubicaban en la gran área industrial de la época colonial, la cual no era solamente Quito sino todo el callejón interandino. Aquí se ubicó la gran industria textil de América Latina, desde donde llegaban paños hasta el Potosí para vestir a quienes se dedicaban al trabajo de las minas. Incluso llegaban hasta Chile y Panamá. La industria textil era el eje de la economía. Pero, cuando América se abre a la llegada del mercado europeo, también comienza la revolución industrial (principalmente en el área textilera en Inglaterra.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Guayas, Azuay y Tungurahua.

Cuenta la historia⁸ que gracias al ciudadano español Sr. Lorenzo Tous en el año 1924 se inician la construcción de los cimientos de una industria textil

⁸Ing. PINTO Mauricio, <http://www.camindustriales.org.ec:7778/portal/page/portal/Camara/NuestraOrganizacion/CIP/Memoria70Anios.pdf>.



en Atuntaqui, Provincia de Imbabura, y posteriormente en Ambato Provincia de Tungurahua.

Luego en 1928 llegan las primeras máquinas, para que luego de cinco años en 1933 entrara en funcionamiento la fábrica con la elaboración de hilos y telas de algodón 100%, los mismos que se comercializaban en todo el país y el sur de Colombia; en su especialidad las gabardinas, sobrecamas, bramantes y la gran calidad de sus hilos etc. La instauración de la fábrica de Atuntaqui fue un gran avance para la parroquia, en su aspecto socio-económico, ya que dio empleo directo a 1200 personas aproximadamente. Gracias a ello el pueblo se transformó en todos sus aspectos. Mientras que en Ambato la Industria instaurada fue más pequeña.

4.3.1 CON LA MIRA PUESTA EN EL EXTERIOR

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

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



pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

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

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

No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador



debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

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

4.4 CONTRABANDO

Este método de comercio, indiscutiblemente ilegal, ha existido por siempre y desde siempre, y ha sido el origen de grandes fortunas a nivel mundial. Por desgracia Ecuador no podía estar al margen de este mal y muchos comerciantes inescrupulosos han optado por esta vía para traer mercancías al país.

Según un estudio realizado por la AITE, el contrabando textil⁹ se sitúa entre 150 y 200 millones de dólares al año, sin considerar lo que se introduce ilegalmente por las fronteras con Perú y Colombia, de cuyos ingresos no existe registro alguno. Una modalidad utilizada con mucha frecuencia para cometer este acto ilegal es la subfacturación de importaciones, así como la falsa clasificación arancelaria de las mismas.

⁹www.aite.com.ec Industria Textil



Este negocio fue alentado históricamente por la ineficiencia y corrupción existente en las Aduana del país, y por la falta de una vigilancia exhaustiva en los mercados. No obstante, la Administración Aduanera actual está empeñada en dar un giro radical en el control aduanero, y los resultado de esta decisión se han podido sentir especialmente a partir del segundo semestre del 2007.

Sin embargo, la decisión del Gobierno Nacional de aplicar medidas de salvaguardia para restringir importaciones, ha puesto al descubierto que el proceso de transformación aduanera todavía no consigue el objetivo de asegurarnos eficiencia en el control, lo que ha provocado que nuevamente se incremente el contrabando durante el 2009. Es por eso que se requiere con urgencia el fortalecimiento de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, para que intensifique los controles en las fronteras del país, y también para que pueda realizar control posterior a la desaduanización de las mercancías.

Este control posterior, también llamado vigilancia de mercados, es la forma moderna y más efectiva de verificar el cumplimiento de la Ley aduanera y tributaria por parte de los agentes económicos, es decir, de quienes fabrican o comercian productos. Otra de las normas obligatorias cuyo cumplimiento puede ser verificado con esta vigilancia es el Reglamento de Etiquetado y Rotulado Textil (RTE INEN 013:2006).

La solución está en manos del Gobierno Nacional y del sector privado. La AITE tiene el mandato unánime de sus afiliados de contribuir en este proceso de mejoramiento en el control, para lograr la erradicación de las prácticas ilegales de producción y comercio que afectan a los trabajadores de nuestras empresas y al fisco.



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

4.5 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR TEXTIL EN EL ECUADOR

Según las divisiones CIIU de actividad económica en el Ecuador existen como 117 establecimientos registrados en el CIIU 18 – Fabricación de prendas de vestir, adobo y teñido de piel, más de 35 empresas dedicadas a la industria textil, que en su mayoría se encuentran situadas en la Región Sierra especialmente en las Provincias de Pichincha e Imbabura.

Las empresas textiles se identifican por categorías que distinguen la textura de sus prendas, es así que se clasifican de la siguiente manera:

4.5.1 DIRECTORIO POR CATEGORÍAS

4.5.1.1 Hilos E Hilados

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| - Francelana S.A. | - Comertextil S.A. |
| - Delltex Industrial S.A. | - Enkador S.A. |
| - Empresas Pinto Comertex S.A. | - Hilacril S.A. (D&B) |
| - Industria Piolera | - Ingesa |
| - Pasameneria S.A. (Cuenca) | - Teimsa S.A. |
| - Textiles Gualilahua | - Textiles Nacionales S.A. |



- Textiles Texsa S.A.

4.5.1.2 Manufacturas Y Otros Artículos Textiles Confeccionados

- Delltex Industria S.A. - Industria Pionera
- Textiles Nacionales S.A. - Textiles Texsa S.A.

4.5.1.3 Prendas Y Complementos De Vestir

- Ecuacotton S.A. (Guayaquil) - Confecciones Recreativas Fibran
- Empresas Pinto Comertex S.A. - Hilacril S.A. (D&B)
- Industria Piolera - Ingesa
- Pasamaneria S.A. (Cuenca) - Textil Ecuador S.A.
- Textiles Nacionales S.A. - Textiles El Greco

4.5.1.4 Productos Textiles Especiales

- Industria Piolera

4.5.1.5 Tejidos

- Francelana S.A. - Delltex Industrial S.A.
- Ecuacotton S.A. (Guayaquil) - Confecciones Recreativas Fibran
- Empresas Pinto Comertex S.A. - Hilacril S.A. (D&B)
- Industria Piolera - La Internacional S.A.
- Sintofil S.A. - Tejidos Pin-Tex S.A.
- Textiles Ecuador S.A. - Teimsa S.A.
- Textiles La Escala S.A. - Textiles Mar Y Sol S.A.
- Textiles Nacionales S.A.

4.6 CARACTERSTICAS DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL

4.6.1 FIBRAS TEXTILES



Este término se refiere a las que se puede hilar o utilizar para fabricar telas mediante operaciones como tejido, trenzado o fieltrado.

Para elaborar toda clase de tejidos existen muchos materiales entre los cuales se tienen:

4.6.1.1 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 extraen 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.

El uso de las fibras de lino para elaborar tejidos tiene casi 10.000 años de antigüedad; en el antiguo Egipto el lino se utilizaba para confeccionar sudarios, algunos de los cuales envuelven momias que todavía se conservan.

4.6.1.2 LANA

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

4.6.1.3 ALGODÓN

Algodón es una fibra vegetal natural de gran importancia como materia prima para la fabricación de tejidos y prendas de vestir, el algodón es la fibra textil más común en la actualidad pero fue la última fibra natural en alcanzar



una importancia comercial. La generación de su uso se debe sobre todo a la facilidad con que la fibra se puede trenzar en hilos además de la resistencia, absorbencia y la facilidad con que se lava y se tiñe.

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

4.6.1.4 SEDA

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

4.7 FIBRAS SINTÉTICAS

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



El nailon fue introducido después, esta fibra más resistente que la seda se utiliza mucho en la confección de las prendas de vestir, calcetería, tela de paracaídas y cuerdas, mucho después otras fibras sintéticas alcanzaron importancia en la industria textil como el poliéster denominado dacrón, el polivinilo y el polietileno.

4.8 TIPOS DE TEXTILES

Variado el método de tejido es posible producir muchas telas diferentes, entre las más comunes están:

4.8.1 TEJIDO LISO O DE TAFETÁN (TAFETA)

Esta palabra se deriva de la persa “**taftha**” que quiere decir “**vuelta**”, este es el método básico del tejido, en el que cada hilo de la urdimbre (estambre) se entrelaza con el hilo de la trama (Conj. de hilos) para formar una tela.

Algunas telas tejidas con este método son la batista, la manta, el lino, el crespón o crepe, el organdí, el percal, entre otras.

4.8.2 TEJIDO CRUZADO

El tejido cruzado se caracteriza por las líneas diagonales muy marcadas producidas por el entrelazado de dos hilos de la urdimbre con un hilo de la trama en filas alternas, este método se puede observar en telas como la gabardina, la sarga, la espiguilla, entre otros.

4.8.3 TEJIDO DE SATÉN (SATÍN)



Los satenes tienen una textura más densa que los tejidos cruzados, pero su principal característica es la suavidad que se consigue a expensas de las resistencias; la superficie suave del tejido de satén se logra pasando los hilos de la urdimbre encima de unos cuantos hilos de la trama con un entrelazado mínimo; la reflexión de la luz en los hilos libres produce su brillo característico.

4.8.4 TEJIDOS DE LIZO Y DE JACQUARD

Estos dos sistemas se utilizan para fabricar telas con dibujo. Los motivos pequeños y repetitivos usados en telas para camisas o vestidos, como el ojo de perdiz (un pequeño rombo con un punto en el centro), se produce mediante tejido de lizo.

4.8.5 TEJIDO DE PELO O DE HILOS LEVANTADOS

Algunos tejidos de pelo, como el terciopelo, el peluche, la pana y la felpa se fabrican combinando el tejido liso con el uso de alambres que sacan de la tela hilos adicionales de la trama o la urdimbre y forman bucles que constituyen el pelo.

4.9 LA HISTORIA DEL PIJAMA¹⁰

Pijamas viene del termino pai - de las piernas y jaama de vestido, traje de dormir y para casa, compuesto de pantalón y blusa ligera. Estas vestimentas en su mayoría están compuestas de algodón y seda.

Fue diseñado originalmente para calentar y proteger las piernas. Pero en realidad, los pantalones anchos de pijama tienen su origen en la India, y allí su

¹⁰Fiki.netEl Pijama, su historia



nombre era “Paejama” lo cual formaba parte del vestuario nacional hindú (¡no estabas tan equivocado si veías similitud entre la ropa de dormir y la vestimenta hindú!). Ahora bien, en Inglaterra le llaman “pijama”, y esta palabrita tiene su origen en Persia, dónde se usaban mucho. Es recién en 1870 que los ingleses traen la moda del pijama de la India a Inglaterra, lo cual era usado por el sector aristócrata o de clase más elevada del país, modificando la idea original y creando versiones realmente de lujo de esta vestimenta informal, los cuales más que prendas para dormir parecían vestidos de fiesta.

Pero antes de la Era del pijama, Uds. recordaran que los ingleses dormían con unas camisas gigantes, adornadas con encajes y cintas (lo cual resulta poco masculino en el caso de los hombres pero estamos hablando de otras épocas y de otras mentes), y estas camisas se hicieron verdaderamente conocidas por las películas de época que hacían uso y abuso de las mismas.

El pijama propiamente dicho, ya compuesto por pantalón y camisa, se utilizaba algunas veces como ropa interior debajo de las prendas de salir a la calle.

Hoy en día los pijamas son para mujeres y hombres. Y están compuestos o por camisa y pantalón, o por una sola pieza, dependiendo del gusto del consumidor. Con el correr del tiempo, los pijamas se han hecho cada vez más comunes, y la gente ya no solo los usa solo para dormir, muchas veces para estar dentro del hogar el uniforme oficial es el pijama, por ser más cómodo y dejarte preparado para ir directamente al lecho sin preparación o cambios de ropa previos, ¡que práctico!

4.9.1 Colores adecuados para un pijama: A la hora de elegir un pijama, ¿qué color sueles elegir?, para tu información, se recomienda siempre dormir con colores claros, para atraer las buenas energías, y además para el estado anímico del durmiente. Está comprobado que las personas que duermen con colores oscuros, además de sufrir pesadillas o de insomnio, se despiertan con un humor bastante sensible.

4.9.2 Variedades de pijamas: Después de un día agotador, pensar en estar a la moda hasta para irse a la cama, parece una locura, pero es cierto que gracias a la variedad de pijamas que existen en el mercado, podemos elegir entre comodidad y elegancia¹¹.



Pantalón largo-camiseta manga larga



Pantalón largo-chaqueta con botones

Los de pantalón largo

son ideales ya que son prendas elásticas y muy divertidas, acompañadas de una parte de arriba estilo camiseta manga larga o bien, chaqueta con botones. Son ideales para estar un día de lluvia en casa, viendo una película.

¹¹Frikinet.net El Pijama, su historia



Los

estampados, colores y hasta frases divertidas, son algunos de los ejemplos que podemos encontrar para estas prendas que pueden llegar a ser muy elegantes.



Camisón

Si queremos algo más

tradicional, los camisones son los protagonistas, en diversos estilos y con colores muy modernos, harán la delicia de cualquier bella durmiente.

4.10 PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con



mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada.

En la valoración económica pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que al momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo. En la economía contemporánea se hacen intentos, por llegar a aproximarse a métodos de medición que aborden los elementos cualitativos, pero siempre supeditados a una apreciación subjetiva de la realidad.

No contemplar lo subjetivo o intangible presente en determinados impactos de una inversión puede alejar de la práctica la mejor recomendación para decidir, por lo que es conveniente intentar alguna metódica que inserte lo cualitativo en lo cuantitativo.

4.10.1 CONCEPTUALIZACION DE PROYECTO DE INVERSION

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a



largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

4.10.2 PARTES DE UN PROYECTO DE INVERSION

1. EL ESTUDIO DEL MERCADO: El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su “unidad”: piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el “mercado”.

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.

2. EL ESTUDIO TECNICO: El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.



- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

3.EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN: Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación.

4. EL ESTUDIO FINANCIERO: Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.



4.10.3 TIPOS DE PROYECTO DE INVERSION

a. PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADO: Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

b. PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA O SOCIAL: Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al termino de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

4.10.4 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.

1. PREINVERSION: Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre-inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados.

a. FASES EN LA ETAPA DE PREINVERSION. La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los



cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

Se entiende así las siguientes:

1. Generación y análisis de la idea del proyecto.
2. Estudio del nivel de perfil.
3. Estudio de pre-factibilidad.
4. Estudio de factibilidad.

De esta manera por sucesivas aproximaciones, se define el problema por resolver. En cada fase de estudios se requiere profundidad creciente, de modo de adquirir certidumbre respecto de la conveniencia del proyecto.

Otra ventaja del estudio por fases es la de permitir que al estudio mismo, se destine un mínimo de recursos. Esto es así porque, si una etapa se llega a la conclusión de que el proyecto no es viable técnica y económicamente, carece de sentido continuar con las siguientes. Por lo tanto se evitan gastos innecesarios.

A continuación se describen cada una de las fases.

1. GENERACIÓN Y ANÁLISIS DE LA IDEA DE PROYECTO: La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.



En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

Asimismo en esta etapa, corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados. Respecto a la idea de proyecto definida en su primera instancia, es posible adoptar diversas decisiones, tales como abandonarla, postergar su estudio, o profundizar este.

2. ESTUDIO DEL NIVEL DE PERFIL: En esta fase correspondiente estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico –económico de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios y costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa y precisamente la situación “sin proyecto”, es decir, prever que sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto.

El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente. En esta fase corresponde además evaluar las alternativas técnicamente factibles. En los proyectos que involucran inversiones pequeñas y cuyo perfil muestra la



conveniencia de su implementación, cabe avanzar directamente al diseño o anteproyecto de ingeniería de detalle.

En suma del estudio del perfil permite adoptar alguna de las siguientes decisiones:

- Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requieran. Para facilitar esta profundización conviene formular claramente los términos de referencia.
- Ejecutar el proyecto con los antecedentes disponibles en esta fase, o sin ellos, siempre que se haya llegado a un grado aceptable de certidumbre respecto a la conveniencia de materializarlo.
- Abandonar definitivamente la idea si el perfil es desfavorable a ella.
- Postergar la ejecución del proyecto.

3. ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD: En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de prefactibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología.
- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal.



Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre-inversión, se abordan los mismos puntos de la pre-factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre-factibilidad, y que han sido incluidas en los términos e referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe



considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

2. ETAPAS DE INVERSIÓN

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

a. FINANCIAMIENTO: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

b. ESTUDIOS DEFINITIVOS: Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos



e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

c. EJECUCIÓN Y MONTAJE: Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

d. PUESTA EN MARCHA: Denominada también “**Etapa De Prueba**” consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner “a punto” la empresa, para el inicio de su producción normal.

3. ETAPA DE OPERACIÓN.

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos



en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operativo, en casos excepcionales 15 años.

4. ETAPA DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

El proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. La evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inicio el proceso. La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

1. Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrando en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.
2. Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar los proyectos futuros.



5. MATERIALES Y METODOS

5.1 TALENTO HUMANO

Cabe señalar que la metodología¹² que utilizamos para el desarrollo de este trabajo investigativo fue de gran ayuda ya que los mecanismos y procedimientos empleados fueron los idóneos aunque estos dependieron de las características y circunstancias que se presentaron. Además de los métodos y técnicas utilizadas tenemos el talento humano que fue de vital importancia:

Director de Tesis: Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo.

Postulante: Lino Efraín Jimbo Sarmiento.

También señalo a las personas encuestadas, entrevistadas y a las que brindaron información importante que ayudo a la culminación de esta investigación.

Entre los materiales, métodos y técnicas que manejamos para la realización del presente trabajo investigativo tenemos:

5.2 MATERIALES.

- Δ Material Bibliográfico
- Δ Material Didáctico
- Δ Material de Escritorio

Equipos.

¹² Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio, Metodología de la investigación, Mc Graw Hill, Colombia (1996)



Δ Equipo de Computación

Δ Equipo de internet

5.3 MÉTODOS.

Método Analítico, Con su aplicación se conoció más de su objeto de estudio, con lo cual se pudo explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías acerca del nuevo producto en estudio.

Método Deductivo.-Sirvió para procesar la información que se recopiló, la misma que fue analizada en forma general cuyas deducciones determinaron el estado real y actual de las empresas.

Método Inductivo.- Se aplicó este método para analizar y verificar la realidad actual, y poder conocer con certeza los problemas que se suscitan dentro de las empresas. Mediante un análisis de las características que puede presentarse en el transcurso de su funcionamiento o creación adquiriendo experiencias particulares que establecen el objeto motivo de estudio.

5.4 TECNICAS:

Las técnicas¹³ que requerimos para recolectar información para el trabajo de investigación son las siguientes:

¹³ ARMIJOS, Eduardo y Armijos Alex (2009). Guía para la elaboración y evaluación de proyectos de investigación, primera edición, Loja – Ecuador.



Observación.- Facilitó realizar una indagación amplia y confiable de todos los hechos y fenómenos investigados, haciendo un análisis con la finalidad de captar características y obtener datos precisos de lo que queremos estudiar.

Encuesta.- Fue destinada a obtener datos sobre los gustos y preferencias de los consumidores. Para ello se utilizó un listado de preguntas escritas aplicadas a 400 mujeres mayores de 20 años.

Entrevista.- Fue aplicada a los principales expendedores de pijamas (almacenes de ropa), entre los cuales están Fashion Center, Maximedias, Colombia Moda, Comercial Económico, Distribuidora Nachita y Comercial Ramírez con el propósito de recolectar información sobre precios, calidad, gustos y preferencias de estos almacenes de ropa.

Bibliográfica.- Esta técnica nos permitió recolectar información en páginas web, documentos y libros, sobre el mercado local, nacional e internacional y la realidad mundial, con el fin de diseñar el mejor plan para implementar “Una Fabrica Productora y Comercializadora de Pijamas para Damas en la Ciudad de Loja”

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN: Para determinar la proyección de la población utilizamos la siguiente fórmula.

$$Dx = Db(1 + i)^n$$

En donde:

Dx = Población Futura

Db = Población Base



1 = Constante

i = Tasa para Proyectar

n = Periodo

Aplicación de la fórmula para el primer año.

$$Dx = Db(1 + i)^n$$

$$Dx = 180.617(1 + 2,27\%)^1$$

$$Dx = 180.617(1 + 0,0227)^1$$

$$Dx = 180.617(1,0227)^1$$

$$Dx = 180.617(1,0227)$$

$$Dx = 184.717$$

Este es un ejemplo de proyección para el primer año, para los siguientes años solo deberíamos cambiar el número de periodo o tomar como base el resultado o sea la población futura encontrada.

CUADRO N° 1

AÑOS	P. DE LOJA 2,27%	P. MUJERES 52,036%	P. MUJERES MAYORES DE 20 AÑOS 61.7%
2010	180617	93986	57989
2011	184717	96119	59305
2012	188910	98301	60652
2013	193198	100533	62029
2014	197584	102815	63437
2015	202069	105149	64877
2016	206656	107536	66350

Fuente: INEC

Elaboración: El Autor

5.5 POBLACION Y MUESTRA

Para la determinación de la muestra se tomó datos del último censo realizado en la ciudad de Loja, la misma que se apoyó en encuestas dirigidas a



las mujeres que representan el 52,036% de la población total de la ciudad, de las cuales el 61,7%¹⁴ corresponde a mujeres mayores de 20 años, esta investigación permitió la obtención de información referente a la oferta y demanda que existe para satisfacer gustos y preferencias de los consumidores.

Para la determinación del tamaño de la muestra para el estudio se utilizó la siguiente fórmula¹⁵:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

En donde:

n= Muestra

N= Población de estudio

e= Margen de error

1= Constante

APLICACIÓN DE LA FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{59305}{1 + (0.05)^2(59305)}$$

$$n = \frac{59305}{148,15}$$

$$n = 397,3$$

¹⁴INEC Censo 2010 Loja – www.inec.gov.ec

¹⁵ ARMIJOS, Eduardo y Armijos Alex (2009). Guía para la elaboración y evaluación de proyectos de investigación, primera edición, Loja – Ecuador.



5.6 PROCEDIMIENTO:

El presente trabajo investigativo lo desarrollamos bajo el tema “Creación de una Fábrica Productora y Comercializadora de Pijamas para Dama en la Ciudad de Loja”, tomando en cuenta de que antes de elegir el tema se realizó un sondeo previo de las empresas que venden ropa específicamente pijamas para dama existen solamente distribuidores.

Ya teniendo la idea clara y el tema definido, para **Estudio de Mercado** procedimos a elaborar y aplicar las encuestas a 400 mujeres mayores de 20 años, para conocer sus gustos y preferencias y así poder elaborar y ofrecer un producto acorde y que satisfaga sus necesidades, las encuestas se las aplico en el centro de la ciudad ya que existe mayor afluencia de personas realizando sus actividades económicas.

Esta información la utilizamos para realizar los análisis y balances entre demanda y oferta, análisis de los canales de distribución y comercialización, análisis del consumo per cápita anual.

En el **Estudio Técnico** se realizaron trabajos periódicos para determinar el tamaño de la empresa. Además realizamos un diagnóstico de las características generales del área, analizada en la evaluación del potencial empresarial, con la intención de definir la localización del proyecto.

Tomamos información del estudio de mercado para definir el producto y determinar las características arquitectónicas, estructurales y diseño del proyecto. Además se determinó, el proceso productivo, y mediante un análisis se elaboró el costeo de obra.



En la elaboración del **Estudio de Organización**, se realizó el Estudio Legal para que el proyecto en su operación y funcionamiento, prevea los impuestos y controles estatales. Además se elaboraron los diferentes organigramas los mismos que están compuestos por los siguientes niveles jerárquicos: directivo, administrativo y operativo.

Para realizar el **Estudio Económico y Financiero** del proyecto, se tomó en cuenta: los *egresos*, es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, para calcular la cantidad necesaria que cubra los costos del proyecto en el período de ejecución y los costos operacionales que siguen a la ejecución; y los *ingresos* para realizar las proyecciones de ventas, y los cálculos de viabilidad del proyecto desde la perspectiva del inversionista.

Finalmente se realizó la **Evaluación del proyecto**, que verificará la viabilidad. Se tomarán en cuenta los estudios de: Mercado y Económico-financiero, y mediante la identificación de los ingresos y egresos del proyecto, se calcularon los indicadores de rentabilidad, como son el flujo de caja y los índices (Razón Costos/Beneficio, Valor Actual Neto (VAN), la tasa Interna de Retorno (TIR)) y la sensibilidad.

6. RESULTADOS

6.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

6.1.1 Análisis e interpretación de resultados de la Encuesta

1º ¿A la hora de dormir usted utiliza pijama?

CUADRO N° 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	324	81,00%
NO	76	19,00%
TOTAL	400	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



De acuerdo a la primera pregunta nos podemos dar cuenta que del 100% de personas encuestadas nos manifiesta que el 81% si usa pijama, mientras que el 19% nos dice que no usa pijama.

2º ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos busca en un pijama?

CUADRO N° 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comodidad	192	59,26%
Moda	100	30,86%
Necesidad	16	4,94%
Gusto	16	4,94%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



Del 100% de las personas encuestadas nos supieron manifestar que un 59,26% prefieren una pijama porque al dormir les brinda comodidad, un 30,86% por moda, el 4,94% utiliza por necesidad y porqué les gusta.

3° ¿En qué lugar o lugares le gustaría comprar este producto?

CUADRO N° 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	60	18,52%
Catalogo	116	35,80%
Almacenes de ropa interior	140	43,21%
Otros	8	2,47%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



Del 100% de las personas encuestadas el 18,52% le gustaría comprar una pijama por medio del internet, el 35,80% por medio d un catálogo, el 43,21% les gusta comprar en una tienda de ropa interior y un 2,47% lo compraría en otras lugares como tiendas de ropa etc.

4º ¿Qué talla usa?

CUADRO N° 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Small	40	12,35%
Medium	136	41,98%
Large	112	34,57%
Extra large	28	8,64%
Otros	8	2,47%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



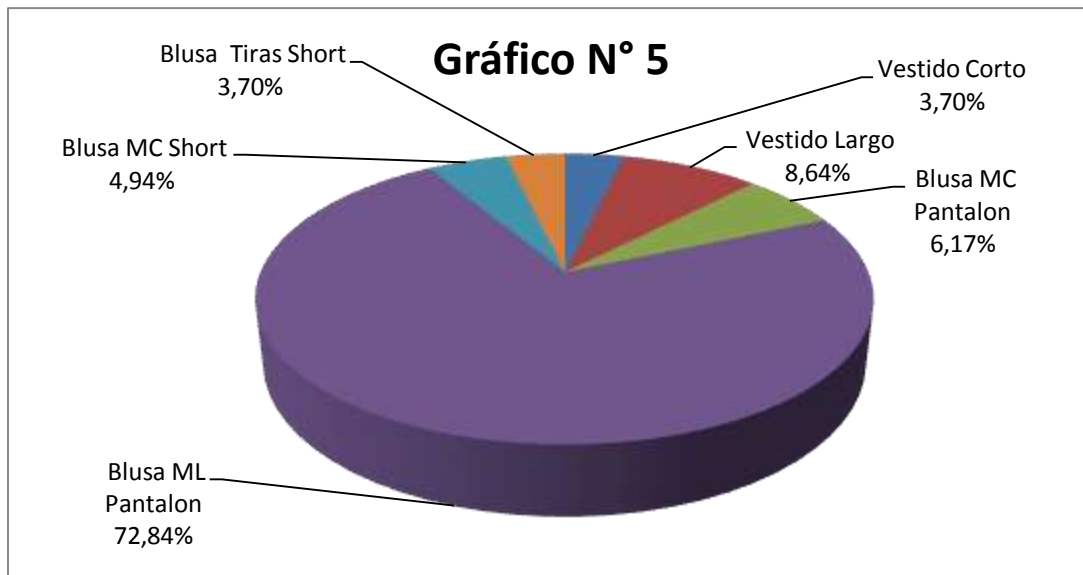
Con respecto a la pregunta # 4 las personas que utilizan pijama talla small son el 12,35%, médium 41,98%, large 34,57%, extra large 8,64% y otras tallas en un 2,47%.

5º ¿Qué modelo de pijama prefiere?

CUADRO N° 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vestido Corto	12	3,70%
Vestido Largo	28	8,64%
Blusa Manga Corta - Pantalón	20	6,17%
Blusa Manga Larga - Pantalón	236	72,84%
Blusa Manga Corta - Short	16	4,94%
Blusa Tiras - Short	12	3,70%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



Según las personas encuestadas el modelo que más utilizan de pijamas es el blusa manga larga con pantalón con un 72,84%.

6º ¿Cada que tiempo compra un pijama?

CUADRO N° 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3 Meses	12	3,70%
6 Meses	56	17,28%
9 Meses	188	58,02%
12 Meses	64	19,75%
Más de 12 Meses	4	1,23%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



Analizando la pregunta # 6 logramos obtener que la mayoría personas encuestadas compran un pijama cada 9 meses.

7º ¿A través de qué medio o medios le gustaría informarse sobre este producto?

CUADRO N° 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	68	20,99%
Tv	204	62,96%
Radio	24	7,41%
Periódico	12	3,70%
Vallas Publicitarias	16	4,94%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



De manera general los medios de comunicación que se utilizan para la difusión de productos, bienes y servicios que se ofertan por las empresas locales, regionales y nacionales la que tiene gran acogida son la televisión con un porcentaje del 62,96%.

8º ¿Qué tipo de tela prefiere?

CUADRO N° 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seda	32	9,88%
Algodón	288	88,89%
Otro	4	1,23%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



De acuerdo a los resultados obtenidos de la pregunta 8 el 88,89% de las personas encuestadas prefieren comprar su pijama en tela de algodón.

9º Cuándo usted compra un pijama. ¿Qué importancia tiene el precio?

CUADRO N° 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Importante	28	8,64%
Importante	272	83,95%
Poco Importante	16	4,94%
Nada Importante	8	2,47%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



De acuerdo con los resultados obtenidos he podido constatar que las personas al momento de comprar un pijama el precio son importantes ya que sus ingresos son mínimos.

10º ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un pijama?

CUADRO N° 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$ 1 - 10	24	7,41%
De \$ 11 - 20	228	70,37%
De \$ 21 - 30	60	18,52%
Más de \$ 30	12	3,70%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor





Con las encuestas aplicadas podemos ver que la mayoría de mujeres están dispuestas a pagar por un pijama de \$11 a \$20.

CALCULO PUNTO MEDIO

CUADRO N° 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	xm	xm.f
De \$ 1 - 10	24	5,50	132,00
De \$ 11 - 20	228	15,50	3.534,00
De \$ 21 - 30	60	25,50	1.530,00
Más de \$ 30	12	30,00	360,00
TOTAL	324	76,50	5.556,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: El Autor

$$x = \frac{\sum xm.f}{\sum f} x = \frac{5.556}{324} x = 17.15$$

Después de calcular le punto medio tenemos como resultado que los clientes o consumidores están dispuestos a pagar por un pijama 17,15 USA.

11º ¿Cree usted que se puede regalar un pijama?

CUADRO N° 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	308	95,06%
No	16	4,94%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



Para la mayoría de mujeres encuestadas, si se puede regalar un pijama.

12° Si se creara una empresa en la ciudad de Loja productora y comercializadora de pijamas para dama ¿Estaría usted dispuesto a comprar el producto?

CUADRO N° 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	288	88,89%
No	36	11,11%
TOTAL	324	100,00%

Fuente: Aplicación de Encuestas
Elaboración: El Autor



La propuesta planteada tuvo gran acogida por parte de las mujeres lojanas encuestadas ya que además de ofertar un buen producto se promoverá a la industria local. Con respecto a la información obtenida podemos

decir que el 88,89% de los encuestados estarían dispuestos a comprar nuestro producto, aunque en primera instancia para hacer la prueba.

6.1.2 Análisis e interpretación de resultados de la Entrevista

A continuación los resultados obtenidos de la entrevista aplicada a las principales empresas distribuidoras de pijamas en la ciudad de Loja.

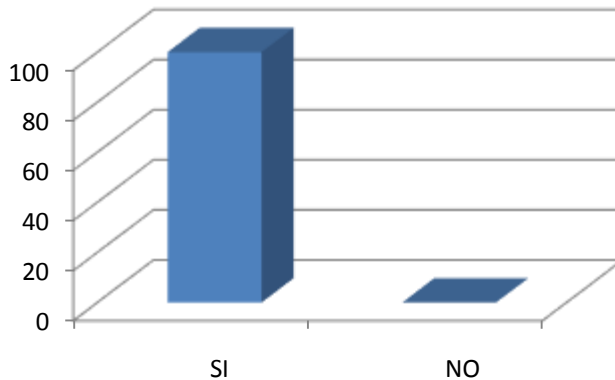
1. ¿Dentro de los productos que vende incluye pijamas para dama?

CUADRO N° 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	6	100,00%

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 13



Con respecto a que si venden pijamas en este negocio todos los dueños de los negocios contestaron que si incluyen la venta de pijamas.

2. ¿Cuántos pijamas para dama vende por semana?

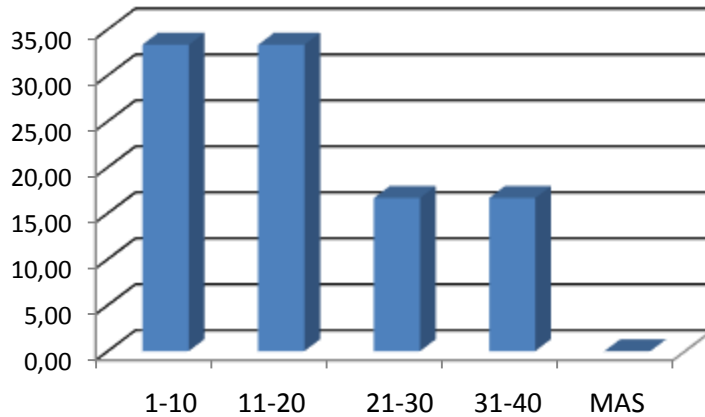
CUADRO N° 16

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 10	2	33,33%
11 - 20	2	33,33%
21 - 30	1	16,67%
31 - 40	1	16,67%
MAS	0	0,00%

TOTAL	6	100,00%
--------------	----------	----------------

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 14



Con respecto a la venta de pijamas el 50% de los entrevistados contestaron que venden entre 11 – 20 pijamas por semana.

CALCULO DEL PUNTO MEDIO

CUADRO N° 17

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	xm	xm.f
1 - 10	2	5,50	11,00
11 - 20	2	15,50	31,00
21 - 30	1	25,50	25,50
31 - 40	1	16,67	16,67
MAS	0	0,00	0,00
TOTAL	6	63,17	84,17

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

$$x = \frac{\sum xm.f}{\sum f} x = \frac{84,17}{6} x = 14.03$$

Después de calcular le punto medio tenemos como resultado que las principales empresas distribuidoras de pijamas venden un promedio de 14 pijamas por semana.

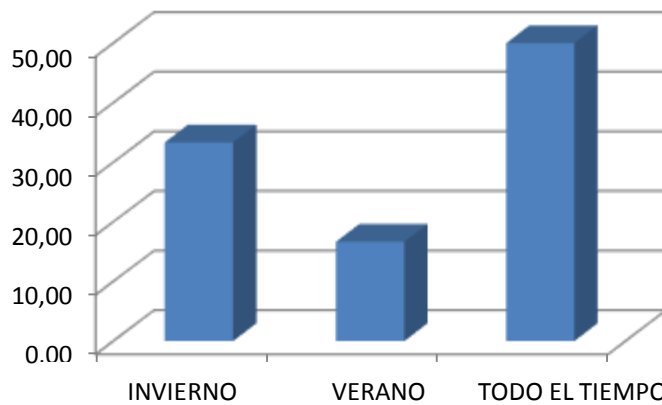
3. ¿Las pijamas para dama se vende más en?

CUADRO N° 18

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INVIERNO	2	33,33%
VERANO	1	16,67%
TODO EL TIEMPO	3	50,00%
TOTAL	6	100,00%

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 15



De todas los entrevistados el 50% contesto que las pijamas se venden todo el tiempo y que por tal motivo existe una gran demanda.

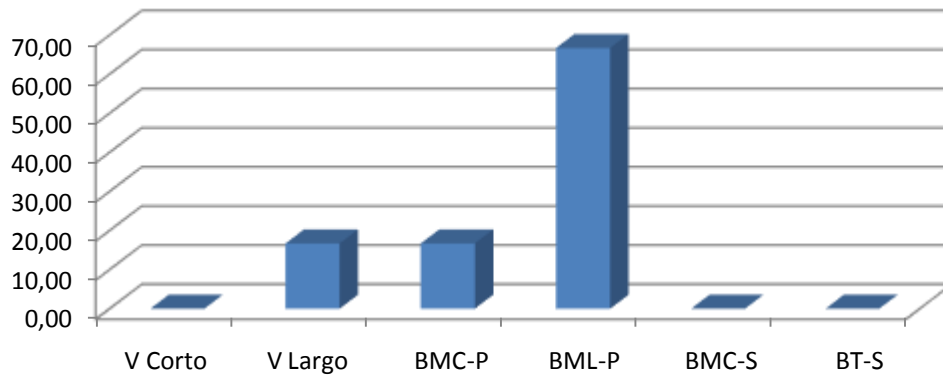
4. ¿Cuáles de estos tipos, clases, modelos o diseños son los más vendidos?

CUADRO N° 19

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vestido Corto	0	0,00%
Vestido Largo	1	16,67%
Blusa Manga Corta - Pantalón	1	16,67%
Blusa Manga Larga - Pantalón	4	66,67%
Blusa Manga Corta - Short	0	0,00%
Blusa Tiras - Short	0	0,00%
TOTAL	6	100,00%

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 16



Entre los modelos más vendidos tenemos los de pantalón con blusa manga larga, pero cabe recalcar que los demás modelos también se venden.

5. ¿Los pijamas para dama que usted vende son de empresas?

De todos los entrevistados la mayoría manifestó que hoy en día las empresas nacionales como Pintex, Anitex, Pinto, Greco, Sprint están ofertando este tipo de producto (pijama) de excelente calidad entonces están optando por lo nacional o sea lo nuestro, pero existen marcas extranjeras como Leonisa que tienen también su lugar en el mercado y que son muy conocidas

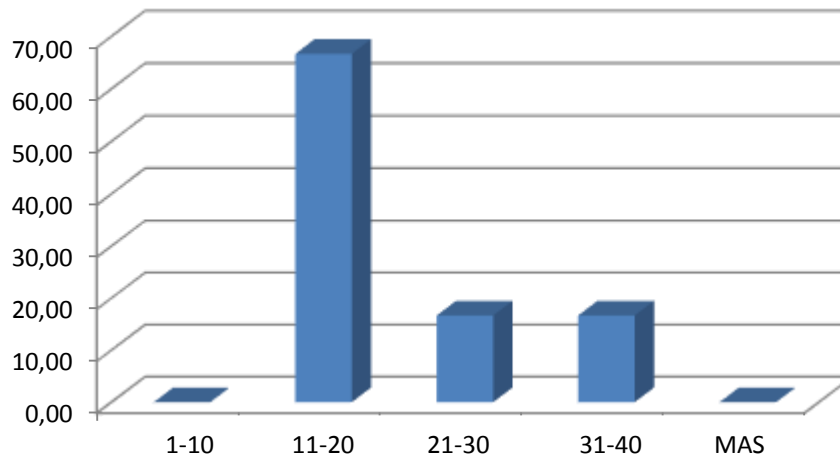
6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar el consumidor por un pijama para dama?

CUADRO N° 20

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 10	0	0,00%
11 - 20	4	66,67%
21 - 30	1	16,67%
31 - 40	1	16,67%
MAS	0	0,00%
TOTAL	6	100,00%

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 17



Con respecto a cuanto está dispuesto a pagar por un pijama el consumidor manifestaron que la mayoría están dispuestos a pagar entre \$ 11 – 20 por pijama.

CALCULO DEL PUNTO MEDIO

CUADRO N° 21

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	xm	xm.f
1 - 10	0	5,50	0,00
11 - 20	4	15,50	62,00
21 - 30	1	25,50	25,50
31 - 40	1	35,50	35,50
MAS	0	40,00	0,00
TOTAL	6	122,00	123,00

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

$$x = \frac{\sum xm.f}{\sum f} x = \frac{123}{6} x = 20,50$$

Después de calcular le punto medio tenemos como resultado que el cliente o el consumidor está dispuesto a pagar por un pijama 20 USA.

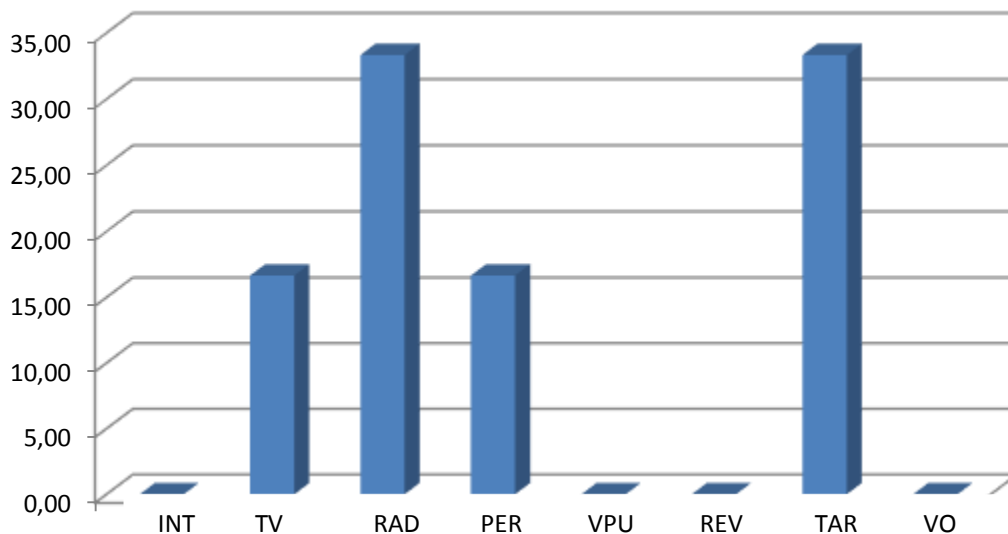
7. ¿La publicidad que utiliza para dar a conocer sus productos lo realiza mediante?

CUADRO N° 22

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	0	0,00%
TV	1	16,67%
RADIO	2	33,33%
PERIODICO	1	16,67%
VALLAS PUBLICITARIAS	0	0,00%
REVISTAS	0	0,00%
TARJETAS	2	33,33%
VOLANTES	0	0,00%
TOTAL	6	100,00%

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 18



Desacuerdo con los resultados obtenidos de la entrevista la publicidad o los medios que utilizan para dar a conocer los productos están la radio y tarjetas con un 33,33% y la tv y el periódico con un 16.67%.

8. ¿Cuál es la promoción que utiliza?

Dentro de las promociones los entrevistados declararon que existen una variedad de maneras para ganarse al cliente entre las que tenemos son:

- Si lleva más de tres prendas se le da a precio de al por mayor.
- Si compra una prenda le regalamos un par de medias.
- Si compra dos prendas la segunda es a mitad de precio.

9. De acuerdo con las ventas de los años anteriores ¿Cuál ha sido su crecimiento anual?

Con respecto al incremento anual dos de estos almacenes contestaron que han tenido un incremento del 4% anual Maximedias y comercial Ramírez, mientras que Fashion Center tiene un incremento anual del 8%, Colombia Moda y Distribuidora Nachita el 3% y Comercial El Económico el 5%.

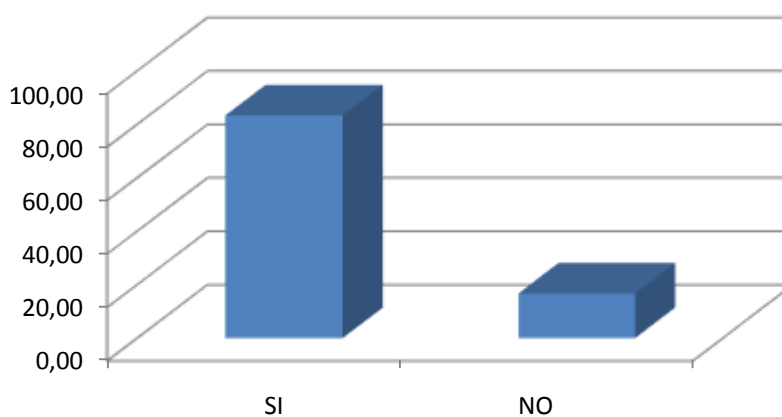
10. Si se creara una empresa en la ciudad de Loja productora y comercializadora de pijamas para dama. ¿estaría usted dispuesto a distribuir este producto?

CUADRO N° 23

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	83,33%
NO	1	16,67%
TOTAL	6	100,00%

Fuente: Aplicación de Entrevistas
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 19





Entre los principales motivos por los que la mayoría si estarían de acuerdo con distribuir el producto es por primeramente apoyar a la empresa local y también por hacer la prueba para ver que acogida tiene el producto.



7. DISCUSIÓN

7.1 ANALISIS DEL MERCADO

El estudio de mercado¹⁶ es una herramienta que determina los productos que serán demandados por la sociedad, además incluye un análisis de los principales factores que inciden sobre el producto además comprende el análisis de la oferta, el análisis de la demanda, el análisis de los precios y análisis de la comercialización etc. Es decir se determina cuanto, a quien, como y donde se venderá el producto.

7.1.1 PROMEDIO CONSUMO (PER-CAPITA) ANUAL.

Para conocer el promedio consumo o compra per-cápita de pijamas para dama realizamos el siguiente procedimiento:

Recurrimos a los datos que constan en el Cuadro N° 7, donde conocemos cada qué tiempo compra un pijama de la tabulación de la encuesta aplicada a los consumidores, los cuales nos permitieron estimar el consumo total de pijamas por persona. Valores necesarios para determinar el consumo anual, como se demuestra a continuación.

CUADRO N° 24

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	xm	xm.f
3 Meses	12	4,00	48,00
6 Meses	56	2,00	112,00
9 Meses	188	1,33	250,67
12 Meses	64	1,00	64,00
Más de 12 Meses	4	1,00	4,00
TOTAL	324	9,33	478,67

Fuente: Investigación de Campo Pregunta N°6
Elaboración: El Autor

¹⁶ PRIETO, Jorge (2009). *Investigación de Mercados*, Bogotá.



$$x = \frac{\sum xm.f}{\sum f} x = \frac{478,67}{324} x = 1,48$$

Luego de aplicar la formula llegué a la conclusión de que por lo general las mujeres compran **1 pijama cada año**, pero cabe señalar que existen varias mujeres que les encanta comprar hasta 2pijamas por año.

7.1.2 ANALISIS DE LA DEMANDA

Permite conocer la situación del producto, donde se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha.

La demanda es la cantidad del producto que el mercado requiere, el propósito que persigue es determinar y medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al bien a ofertarse, así se determina la segmentación correcta.

7.1.2.1 DEMANDA ACTUAL O POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan, para la obtención de la demanda actual se estableció un procedimiento matemático, se tomó en cuenta los resultados de la pregunta N° 1 obteniendo un porcentaje del 81% de 400 es 324 como se muestra en el cuadro N° 1, el total de mujeres que si utilizan pijama a la hora de dormir, segmentando el mercado en una primera fase así estas mujeres constituyen la demanda actual para el producto.

7.1.2.2 DEMANDA EFECTIVA



De la demanda efectiva se tomó el porcentaje de mujeres que estarían dispuestas a comprar nuestro producto al implementarse en la ciudad de Loja una Fabrica productora y comercializadora de pijamas para dama en base al cuadro N° 12 lo que simboliza que de 324 mujeres encuestadas 288 estarían dispuestas a comprar nuestro producto dando un porcentaje de 89%, además cabe especificar que el consumo per cápita anual es de 1 pijama por año. De acuerdo a la segmentación de mercado que realizamos proyectamos para 5 años de vida útil del proyecto, obtuvimos la demanda efectiva en unidades, los valores de la demanda actual y de la demanda potencial los cuales lo demostramos en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 25

SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y SU PROYECCIÓN							
Año	Población 2,27%	N° Mujeres 52,036%	N° Mujeres mayores de 20 Años 61.7%	D. Actual 81%	D. Efectiva 89%	Promedio per cápita Anual	D. Efectiva en N° de Productos (Unidades)
2010	180617	93986	57989	46971	41804	1	41804
2011	184717	96119	59306	48038	42753	1	42753
2012	188910	98301	60652	49128	43724	1	43724
2013	193198	100533	62029	50243	44716	1	44716
2014	197584	102815	63437	51384	45732	1	45732
2015	202069	105149	64877	52550	46770	1	46770
2016	206656	107536	66349	53743	47831	1	47831
2017	211347	109977	67856	54963	48917	1	48917

Fuente: INEC, Cuadros N° 2, 6, 13

Elaboración: El Autor

7.1.3 ANALISIS DE LA OFERTA

Tener conocimiento de la oferta, permite saber cómo está compuesto el mercado de los diferentes y posibles competidores, además ayuda a estructurar estrategias que benefician a la empresa al ingresar al mercado.



La oferta de la nueva empresa, se encuentra dentro del marco competitivo o de mercado libre, ya que si bien es cierto, actualmente existen muchas empresas comercializadoras, ninguna de ellas predomina en el mercado ni marca la pauta en los precios; y, la comercialización tendría que verse diferenciada por la calidad de sus prendas, el servicio, y la variedad en los modelos, el precio en el mercado y el apoyo gubernamental, entre otros.

Para determinar la oferta de pijamas para dama en el mercado, se recolectó la información mediante la aplicación de una entrevista a los principales expendedores de pijamas (almacenes de ropa), entre los cuales están Fashion Center, Maximedias, Colombia Moda, Comercial Económico, Distribuidora Nachita y Comercial Ramírez.

7.1.3.1 PROYECCION DE LA OFERTA

Según el resultado de las entrevistas realizadas, se realizó la investigación de la oferta de aquellas prendas de mayor preferencia, en los locales o empresas de la competencia que los consumidores asisten regularmente para realizar sus compras.

De acuerdo al análisis de mercado, y a los datos obtenidos de las empresas líderes, entre los cuales están Fashion Center, Maximedias, Colombia Moda, Comercial Económico, Distribuidora Nachita y Comercial Ramírez, se observa un crecimiento continuo año a año. (Ver pregunta N° 9)

CUADRO N° 26

PROYECCION DE LA OFERTA							
Año	Maxi medias 4%	Colombia Moda 3%	Fashion Center 8%	Distrib. Nachita 7%	Comercial Económico 5%	Comercial Ramírez 4%	Total
2011	312	832	1352	1872	312	832	5512



2012	324	857	1460	2003	328	865	5838
2013	337	883	1577	2143	344	900	6184
2014	351	909	1703	2293	361	936	6554
2015	365	936	1839	2454	379	973	6947
2016	380	965	1987	2626	398	1012	7367
2017	395	993	2145	2809	418	1053	7814

Fuente: Entrevista a distribuidores de pijamas. Pregunta N° 2 y 9
Elaboración: El Autor

7.1.4 BALANCE ENTRE DEMANDA Y OFERTA

A las condiciones de la demanda y oferta, es necesario analizarlas considerando la relación entre ellas a efectos de determinar su incidencia frente a las necesidades del mercado, esta relación permite conocer si en efecto existe demanda y con ellos la oportunidad de mercado para lo que se pretende hacer con el nuevo producto.

Para determinar el balance de la demanda y oferta se ha considerado el número de años de vida de la empresa que en nuestro caso es de 5 años de vida útil, con una demanda proyectada en número de productos de 44.716 y la oferta que en nuestro caso es de 7.696, entonces para el año uno tenemos una demanda insatisfecha de 36.578 y para los siguientes años de vida útil del proyecto, los hacemos constar en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 27

DEMANDA INSATISFECHA			
Año	D. Efectiva en N° de producto	Oferta Total	Demanda Insatisfecha
0	43724	5838	37886
1	44716	6184	38532
2	45732	6554	39178
3	46770	6947	39822
4	47831	7367	40465
5	48917	7814	41103

Fuente: Cuadros N° 14, 15
Elaboración: Autor



De acuerdo a los resultados obtenidos nos podemos dar cuenta que desde el primer año tenemos una buena demanda insatisfecha, al igual para los siguientes 4 años si existe una demanda insatisfecha debido a que la oferta total es menor a la demanda efectiva por esta razón deducimos que nuestro proyecto si es factible para la producción.

7.1.5 PLAN DE COMERCIALIZACION

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. Comercialización efectiva significa entregar los bienes y servicios que los consumidores desean y necesitan. Significa conseguirles los productos en el momento oportuno, en el lugar adecuado y a precio conveniente.

Hay muchas variables de la mezcla comercial. Es útil reducir todas las variables de la mezcla comercial a cuatro grupos básicos.

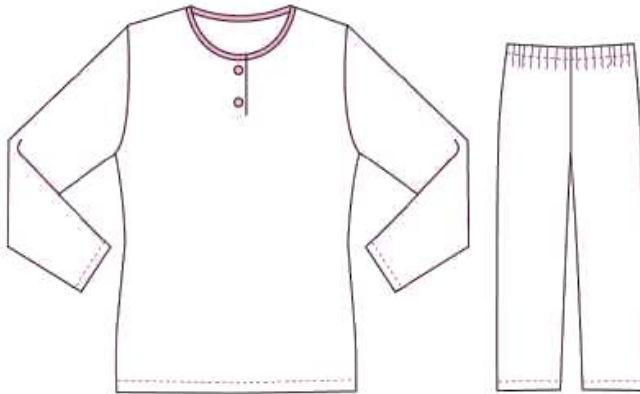
- Δ Producto
- Δ Promoción
- Δ Plaza
- Δ Precio

Producto: Existen varios modelos pero con el que nuestra empresa comenzara la producción y además es el más utilizado por las mujeres consta de dos prendas un pantalón largo y una blusa o camiseta manga larga con dos botones en la parte delantera, las tallas en las que vanos a trabajar son S - M - L y XL, su principal material de confección es la tela de algodón en diferentes colores y texturas, además son prendas elaboradas en alta tecnología y con

diseños especiales acorde a la moda actual y el clima, la variedad de prendas es lo que nos diferencian de la competencia.

Por ser un producto que se consume todo el año, la producción no cesa, lo que realizan es una innovación constante donde bosquejan los modelos acorde a la moda actual, a más de esto proporcionan diseños por temporadas especiales como son verano e invierno.

GRAFICO N° 20



S-M-L-XL

Plaza: Al mercado al que está dirigido este proyecto es a mujeres mayores de 20 años, estas personas quienes conforman el grupo objetivo son de clase social media y media alta económicamente activa, que buscan un lugar donde puedan encontrar lo que necesitan sin ir de un sitio a otro, además que les ofrezca un buen servicio personalizado y una asesoría acorde con las necesidades que presentan.

Precio: De acuerdo con el costo de fabricación de una pijama, encontramos que los precios se acomodan dentro del presupuesto de nuestras clientes, también encontramos en las encuestas que para ellas lo más importante es la



calidad y que la pijama cumpla con sus expectativas de acuerdo con las necesidades.

En una visita por varias tiendas de ropa entre ellas pijamas, además de comparar precios, calidades, modelos nos hemos quedado gratamente animados de ver la gran variedad de modelos, materiales y colores que encontramos, lo cual nos confirma que el pijama de mujer es una prenda indispensable en su diario vivir. A partir de esta visita queremos mostrar nuevas tendencias a nuestros clientes que nos permitan posicionar nuestro producto y tener su fidelidad, consideramos que podemos ofrecer algunos descuentos para hacer más atractivo y publicitar el producto, ya que las mujeres siempre están buscando las ofertas.

Si el cliente realiza los pagos en efectivo podrá acceder a un descuento de hasta el 10%, y si posee como forma de pago un crédito de hasta 30 días, y lo cumple en un plazo menor, su forma de descuento estará entre el 5% y el 8%. La cantidad de venta para el primer año es de 2496 productos como lo muestro en el cuadro de la capacidad utilizada. El precio de venta al público lo daré a conocer más adelante en el estudio financiero.

7.2 ESTUDIO TECNICO

7.2.1 TAMAÑO DE LA EMPRESA

Basado en la participación que tendría la empresa en el mercado se ha planificado el tamaño de la misma desde el punto de vista administrativo, de producción y atención al cliente, determinando así la capacidad que tendría la empresa para periodos determinados de actividades, teniendo en



consideración que en un futuro la empresa necesitara ampliar su producción y atención al cliente, en caso que así lo requerirá el mercado, es decir, el tamaño de la empresa en un inicio estará planificado para cubrir la demanda insatisfecha pero con proyección para años posteriores, esto debido a la realidad de la demanda ya que podría aumentar o disminuir según la dinámica comercial que las pijamas para dama obtenga en el mercado.

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales, de lunes a viernes con un total de 8 horas diarias de trabajo con una producción de 10 pijamas para dama diarias. El horario de trabajo será de 8am a 6pm, en el que se dará un receso de dos horas diarias al mediodía (12 a 14 horas) el mismo que será para el almuerzo.

Se debe abalizar primeramente determinantes como capacidad tecnológica y de inversión para poder prever situaciones o problemas en lo posterior en cuanto a toma de decisiones del tamaño de la empresa. El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción el año utilizado maquinaria y equipos necesarios para obtener el producto terminado.

7.2.2 TAMAÑO DEL MERCADO

La cuantía de la demanda dentro de la determinación de la capacidad del proyecto, es primordial, es decir, hay que considerar la demanda insatisfecha de pijamas para dama en la ciudad de Loja, y el porcentaje con que la empresa atenderá a dicha demanda.



Además es necesario conocer cómo se encuentra distribuido el mercado, para determinar cómo se encuentra geográficamente repartida la demanda, misma que es básica dentro de la toma de decisiones sobre el tamaño y la localización de la empresa.

7.2.3 TAMAÑO DE LA INVERSION

El tamaño de inversión es la capacidad de endeudamiento que tiene la empresa para el equipamiento de la misma; la cual permitirá producir una cantidad determinada de productos para cubrir la demanda insatisfecha.

De acuerdo al tamaño de la inversión nuestra empresa será pequeña la misma que buscara cubrir la demanda insatisfecha ya que este producto si existe en el mercado, el capital con el cual se financiara la actividad económica de nuestra fabrica será propio.

7.2.4 TAMAÑO DE LA TECNOLOGÍA

Con relación a la maquinaria que utilizaremos para la producción de las pijamas para dama, no existe ningún inconveniente ya que utilizaremos maquinaria que si la encontramos en nuestro país.

7.2.5 TAMAÑO DE LA MATERIA PRIMA

El factor localizacional que tiene mayor incidencia en esta clase de empresas es la disponibilidad de materia prima, por lo que en nuestra ciudad se considera que es de fácil abastecimiento.

7.2.6 TAMAÑO DE LA MANO DE OBRA



Es otro factor importante que hace posible la localización, teniendo presente que la mano de obra se encuentra disponible en la ciudad, debido a que no existe una gestión empresarial no se ha generado fuentes de trabajo para la mano de obra no calificada, situación que da la pauta para que se considere seriamente la ubicación de la empresa, ofreciendo fuentes de trabajo y coadyuvando al desarrollo social dentro de la familias de la ciudad de Loja.

7.2.7 CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el volumen de producción que efectivamente se puede producir con la maquinaria e instalaciones, representa el nivel máximo que es al 100% de producción que puede alcanzar la empresa bajo las condiciones previamente establecidas en función de la demanda a cubrir el periodo de la vida de la empresa.

La capacidad instalada de la planta para la producción de pijamas para dama responde a la tecnología empleada, lo que representa trabajando de lunes a viernes 8 horas diarias, en el año se trabajarán 260 días lo que representa el 100% de la capacidad instalada debido a que la maquinaria tiene la capacidad de producir 12 pijamas para dama diarias esto multiplicado por los 260 días que se va a trabajar en el año de lunes a viernes, nos da como resultado la capacidad instalada es de 3.120.

CUADRO N° 28

CAPACIDAD INSTALADA			
Año	Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada	Porcentaje de Atención
1	36578	3120	8,53%
2	37123	3120	8,40%
3	37661	3120	8,28%
4	38191	3120	8,17%
5	38711	3120	8,06%



Fuente: Estudio de Mercado "Cuadro N° 17"
Elaboración: Autor

7.2.8 CAPACIDAD UTILIZADA

Para determinar la capacidad utilizada durante los 5 años de vida útil del proyecto, se considera la capacidad instalada de la maquinaria y equipo en función, tiempo y optimización, la capacidad en sí de la planta está en función por el nivel de la demanda que se desea cubrir mediante un periodo determinado.

Para determinar la capacidad utilizada de la producción a nuestra empresa, realizamos el siguiente procedimiento: durante el primer año de vida de la empresa estimaríamos el 80%, para el segundo año un 90% como hemos planificado para el inicio de actividades el porcentaje de la capacidad instalada de nuestra producción y para el tercero, cuarto y quinto año el 100%, porcentaje que se obtendrá de la capacidad instalada que consta en el siguiente cuadro lo que nos dará como resultado la capacidad utilizada.

CUADRO N° 29

CAPACIDAD UTILIZADA			
Año	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	Porcentaje de Atención
1	3120	2496	80%
2	3120	2808	90%
3	3120	3120	100%
4	3120	3120	100%
5	3120	3120	100%

Fuente: Estudio de mercado "Cuadro N° 18"
Elaboración: Autor

Una vez conocida la producción obtenida, se debe conocer el porcentaje de la participación en el mercado que tendrá nuestra empresa, para lo cual realizamos el siguiente procedimiento.



Multiplicamos las demanda insatisfecha por el 100% y dividimos por el total de la misma. Este proceso lo realizamos para cada uno de los 5 años de la vida de la empresa.

7.2.9 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Para la localización de la fábrica productora y comercializadora de pijamas para dama se considera la incidencia que tendrá el mismo en esta zona.

7.2.9.1 MACROLOCALIZACION DE LA EMPRESA

El estudio de macro localización se lo realiza tomando en consideración dos aspectos: el área donde se ubicara el proyecto. Los factores de estudio que inciden con más frecuencia son: el Mercado de consumo y las fuentes de materia prima, de manera secundaria están: la disponibilidad de mano de obra y la infraestructura física y de servicios (suministro de agua, facilidades para la disposición y eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, combustible, servicios públicos, diversos, etc.)

De esta manera determinamos que nuestra empresa se encuentra ubicada en Ecuador, región sur del Ecuador ciudad de Loja.

Grafico N° 21

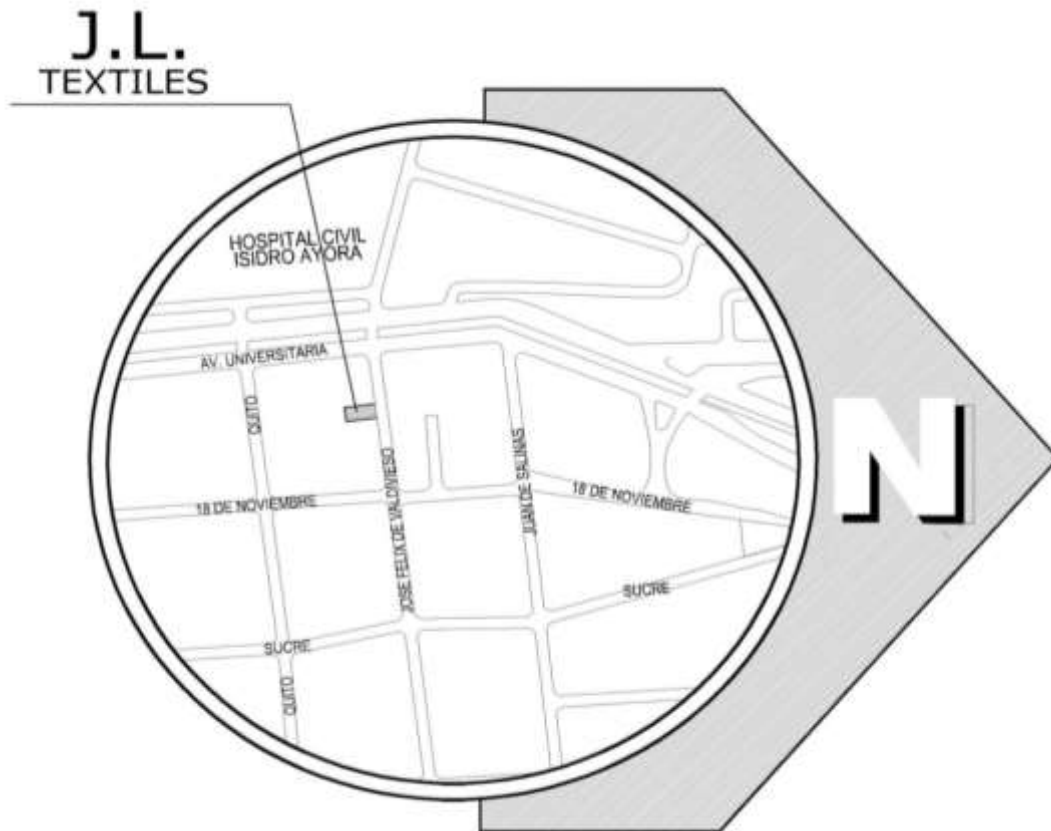
MAPA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

7.2.9.2 MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Una vez que se determina la ubicación a nivel local pasamos a conocer la zona o sector en donde se ubicara considerando si será en la zona urbana o rural. Luego se pasa a determinar el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto.

La localización es de gran importancia es por eso que la fábrica productora y comercializadora de pijamas para dama se encontrara ubicada en la ciudad de Loja, en la zona urbana en la parroquia El Sagrario sector Puerta de la ciudad en las calles José Félix de Valdivieso y Av. 18 de Noviembre.

GRAFICO N° 22



Elaboración: Autor

7.2.9.3 FACTORES LOCALIZACIONALES

7.2.9.3.1 El mercado y las fuentes de materia prima

Una de las razones por las cuales elegimos este lugar; puesto que el sitio donde se va a establecer la empresa es un lugar idóneo para realizar nuestras actividades de producción y gracias al análisis de la demanda se conocerá la cantidad, naturaleza y fuentes de los insumos requeridos.

7.2.10 INGENIERIA DE PROYECTO

La principal finalidad que tiene la ingeniería del proyecto es el de intentar llegar a determinar la función del proceso de producción óptimo para la utilización eficiente y eficaz del talento humano y métodos, su distribución en la



planta y la secuencia de los procesos de producción esto nos permite llegar a determinar las inversiones requeridas así como un estudio económico financiero, con el fin de obtener una producción óptima y por ende una utilización eficaz y eficiente de cada uno de los recursos con que cuenta la empresa, maquinaria y equipos, personal capacitado, espacio físico y características del producto.

El producto son pijamas para mujer, el segmento objetivo son las mujeres de la ciudad de Loja, ya que según estudios, las mujeres son quien más compran y controlan los ingresos familiares, consideramos que es un segmento importante porque está en permanente rotación y adicionalmente estas personas se comunican con muchas más personas.

El producto de pijamas se concibe como un producto diseñado para satisfacer las necesidades y expectativas de este segmento, adecuado para satisfacer el requerimiento del momento, por lo cual nos vamos a diferenciar por el diseño, los materiales y los colores.

De acuerdo con el resultado de las entrevistas, encontramos que siempre se busca la comodidad como algo primordial, los modelos preferidos son los de dos piezas, en colores pasteles que combinen muy bien, el material preferido es el algodón, aunque algunas personas dijeron que el seda es un material que le da elegancia a la prenda.

Para obtener el procedimiento producción de pijamas para dama, se adoptaran procesos sencillos lo cual permitirá abaratar los costos y obtener mayores utilidades con lo referente a este producto.



7.2.11 INGENIERIA DE PROCESOS

La ropa es un elemento diferenciador en las mujeres, el 76% de las mujeres encuestadas, “según estudio de la Revista Enlace Empresarial”, admiten que la ropa es un elemento de competencia con las demás mujeres; para ellas el aspecto personal es muy importante para crear su verdadera identidad femenina.

La materia prima que se utilizara para la elaboración de pijamas para dama constituye la parte fundamental de la fábrica ya que la obtendremos de los distribuidores mismos y tener acceso a buenos precios.

7.2.11.1 ADQUISICION DE MATERIA PRIMA A UTILIZAR

Para la compra de las telas necesarias para la producción de pijamas para dama los proveedores serán los distribuidores de telas, elásticos y botones como también las máquinas de coser, lo encontramos en Guayaquil:

- “Almacén de Telas Patricia” ubicado en las calles 18 de Noviembre y 10 de Agosto en Loja – Ecuador, venta de las mejores telas nacionales y extranjeras.
- “Bazar LUCIA” venta de elásticos, hilos, botones, etc. de alta calidad, dirección 10 de Agosto y 18 de Noviembre Loja– Ecuador.
- “La Sevillana” venta de todo tipo de máquinas de coser, de las mejores marcas y sus repuestos, ubicada en la Av. Quito 1124 y Aguirre, Guayaquil – Ecuador.



Los pijamas van a ser fabricadas con telas y materiales de alta calidad además de brindar exclusividad en los materiales si el cliente lo requiere, el material principal para la elaboración de nuestro producto es la tela de algodón.

Es importante indicar que para cada una de las fases del proceso productivo será de conocimiento de todos aunque no al detalle pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

7.2.11.2 PROCESO PRODUCTIVO

Para dormir bien la comodidad es esencial. Lo básico es vestirse con un buen pijama y estaremos listos para entrar en el mundo de los sueños.

Algunas prendas de ropa requieren ser fabricadas de manera especial.

Es por esto que la confección de pijamas es una tarea cuidadosa.

A continuación se describe cada una de las actividades que se requieren para confeccionar un pijama para dama.

7.2.11.2.1 PROCEDIMIENTO:

En la confección de pijamas se utilizan únicamente telas especiales 100% de algodón que cumplen con todas las normas de primera calidad, para ofrecer un producto altamente competente que satisfaga plenamente las necesidades del cliente.

Los materiales que se usan para la **confección de pijamas** son tela de algodón, los botones, elástico e hilos, siendo así mucho más confortable para el cliente.



Primero seleccionamos la tela (100%algodón) luego la llevamos al molde y la cortamos luego viene la costura después colocamos cuello, botones, elásticos y finalmente cortamos hilos.

La **confección de pijamas** es una de las tareas más delicadas, ya que estamos conscientes de que es una prenda para descansar y de ninguna manera puede tener algún tipo de imperfección en su hechura, para que el cliente tenga pleno confort al usarla.

La **confección de pijamas** es verificada por un estricto control de calidad, para solo ofrecer productos realmente competentes con el mercado tan exigente, como es el actual.

7.2.11.2.2 EMPACADO:

Todos estos productos son empacados en fundas plásticas con sistema pega fácil donde se conservan las prendas limpias, éstas vienen en presentaciones individuales, con etiqueta del productor donde se especifica código de producto, talla, color, serie e instrucciones de lavado.

7.2.11.2.3MODO DE USO:

En la cama nos pasamos casi 8 horas del día y por ello también es importante elegir un pijama que nos resulte lo más cómodo posible, sin renunciar al diseño que más se adapte a nuestro estilo.

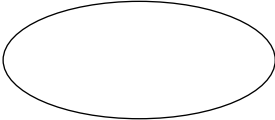
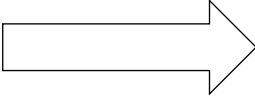
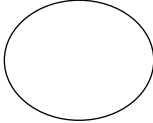

Los colores suaves y las líneas sencillas son los dos elementos básicos de los pijamas, que nos proporcionaran esa sensación de bienestar que buscamos en el descanso diario, solo tienes que elegir el pijama que mejor te siente y ¡dulces sueños

7.2.12 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Atraves del flujo-grama se representa gráficamente la secuencia lógica de las tareas, tiempos y equipo empleado para la confección de pijamas.

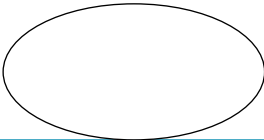
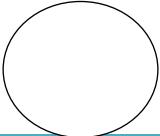
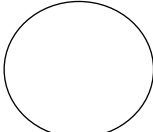
7.2.12.1 SIMBOLOGÍA A UTILIZAR

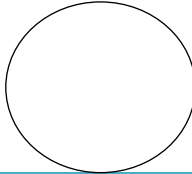
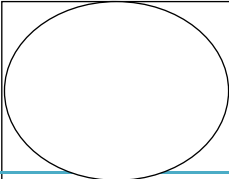
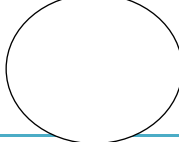
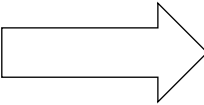
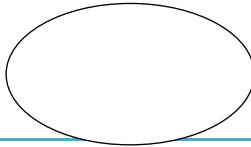
CUADRO N° 30

NOMBRE	SIMBOLO	FUNCION
TERMINAL		Representa el inicio y el fin de un proceso
TRANSPORTE		Indica el movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro
OPERACIÓN		Indica las principales fases del proceso o procedimiento
INSPECCION		Indica que se verifica la calidad o cantidad de algo

7.2.12.2 FLUJOGRAMA CONFECCIÓN DE UNA PIJAMA PARA DAMA.

CUADRO N° 31

N°	ACTIVIDAD	SIMBOLO	TIEMPO MINUTOS
1	Comprar de materia prima		2
2	Seleccionar y verificar la tela y complementos o accesorios		2
3	Mesa de corte		3

4	Producción, elaboración del pijama		18
5	Control, inspección		5
6	Proceso de terminación		5
7	Transporte al punto de venta		3
8	Venta		2
TOTAL			40

7.2.13 TALENTO HUMANO, MATERIALES, MAQUINARIA Y EQUIPO

7.2.13.1 TALENTO HUMANO

La empresa requerirá del siguiente personal para su adecuado funcionamiento:

1 Gerente - Vendedor

1 Secretaria -Contadora

3 Costureras

Dado el alto nivel de profesionales y artesanos que existe en nuestra ciudad, el personal antes señalado, que será verificado en los próximos capítulos, puede ser fácilmente contratado en la ciudad de Loja o en sus alrededores.

7.2.13.2 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL

RELOJ:



PLANCHA



MAQUINA DE COSER:



TIJERAS:



CINTA METRICA:



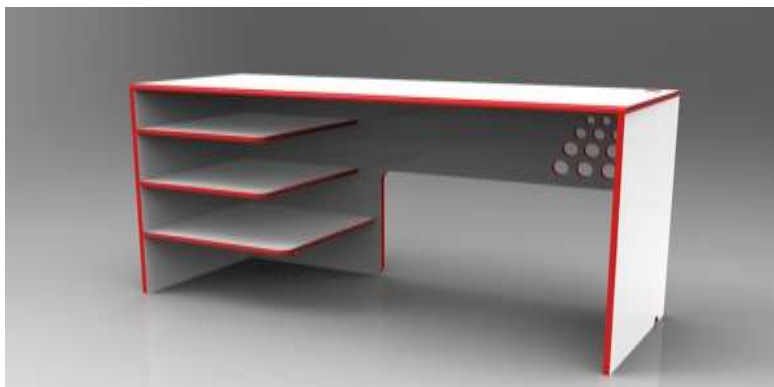
AGUJAS:



ESTILETE:



MESA DE TRAZADO:



MESA PARA MAQUINA DE COSER:



MESA DE PLANCHAR:



MANIQUI:



EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL:



VITRINA:



PERCHA METALICA:



7.2.13.3 MATERIALES PARA PRODUCIR

TELA DE ALGODÓN:



HILOS:



BOTONES:



ELASTICO:



FUNDA PLASTICA:



ETIQUETA:



CINTA:



7.2.13.4 MAERIALES QUE NECESITO PARA CONFECCIONAR UN PIJAMA PARA DAMA.

CUADRO N° 32

INSUMOS	CANTIDAD x UNIDAD	CANTIDAD x 3120
Tela de Algodón	1,50 m	4680
Elástico	0,85 m	2652
Botones	2 u	6240
Hilo	15 m	46800

7.2.14 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

El diseño de la planta integra diversos aspectos del sistema productivo su equipamiento, los procesos y los diseños de cada una de las tareas, cuando se trata de definir la localización de la empresa es decir el lugar físico en el que se desarrolla la actividad para su comercialización. Nuestra planta estará diseñada de acuerdo a las necesidades de cada etapa de producción facilitando la movilización y el ahorro de tiempo en cada tarea y movimiento del material logrando de esta manera un mejor control del producto, hace falta tomar en consideración algunos factores importantes como son los siguientes:



1. Posibilidades reales de infraestructura, entre las que se encuentran agua potable, energía eléctrica, línea telefónica.
2. Facilidad de acceso.
3. Calidad del servicio a ofrecer.
4. Toda la empresa requiere la presencia de los diferentes recursos como el humano, material, económico y técnico, puesto que constituyen el punto clave para el normal desarrollo.

Con las condiciones anteriores la localización será en la parroquia El Sagrario sector puerta de la Ciudad, en las calles José Félix de Valdivieso y Av. 18 de Noviembre, a pocos pasos del hospital Isidro Ayora se considera un espacio de aproximadamente 90m² y cumple con todas las condiciones para poder emprender en esta actividad. La distribución del área estará en función de:

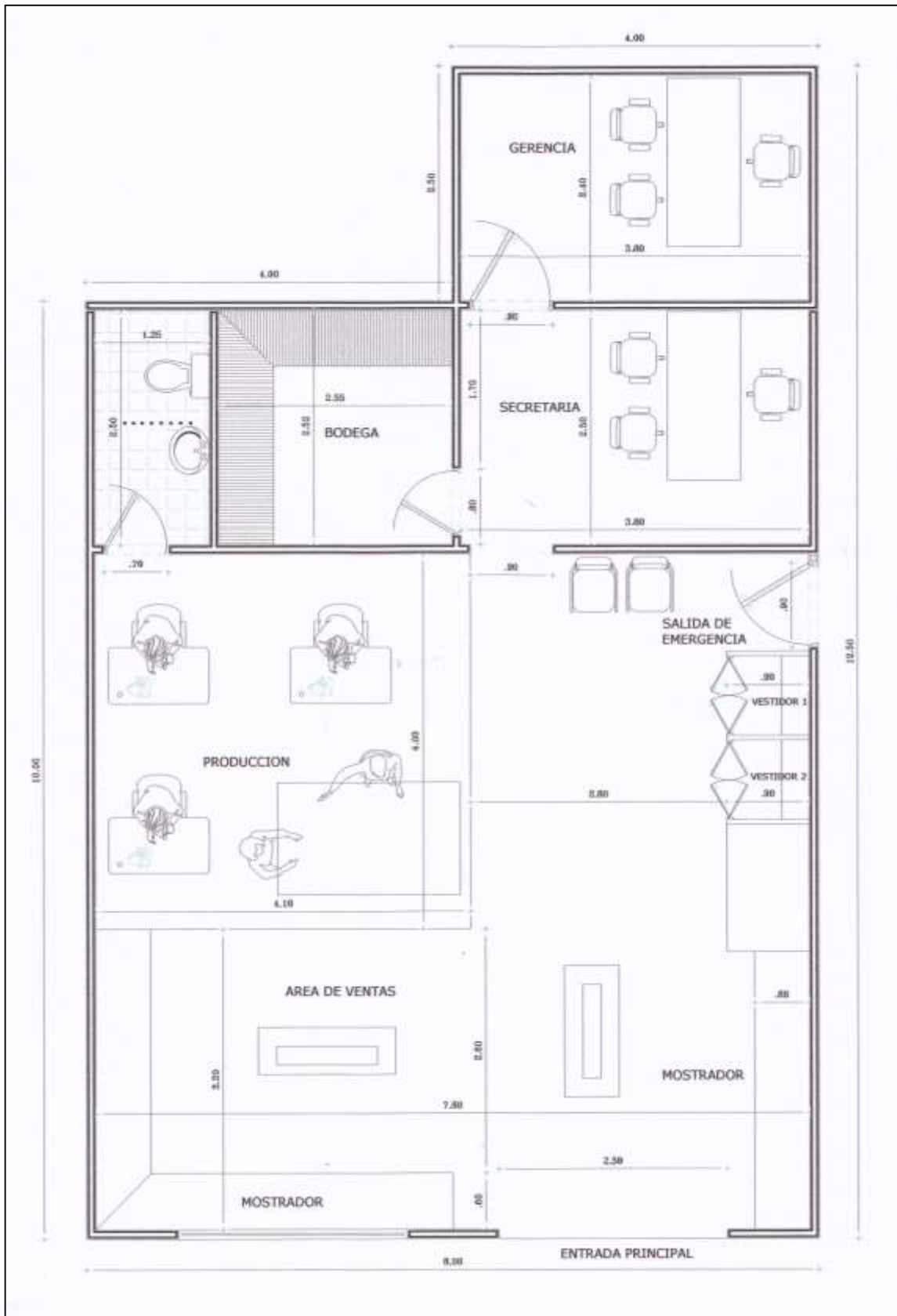
DISTRIBUCION DE LA PLANTA

CUADRO N° 33

DESCRIPCION	AREA M2
Gerencia	9,50
Contabilidad y Secretaria	9,50
Producción	16,40
Bodega	6,43
Baño	3,13
Vestidor	1,62
Ventas	24,96
Pasillos	18,46
TOTAL	90,00

7.2.14.1 DISTRIBUCION FISICA DE LA PLANTA

GRAFICO N° 23





7.2.15 IMPACTO AMBIENTAL

Impacto ambiental hace referencia al impacto que causa un proyecto al medio ambiente, es decir sobre el entorno vital o el conjunto de elementos físicos, naturales, estéticos, culturales, sociales, económicos que interactúan con el individuo y la sociedad donde vive.

7.2.15.1 EVALUACION AMBIENTAL

Debido a que uno de los factores en la protección del medio ambiente. La municipalidad de Loja ha elaborado la ley de prevención y control de la contaminación ambiental, por lo que nuestra Empresa tomara las debidas precauciones, entre las principales tenemos:

- ✓ Recolectar y clasificar adecuadamente todos los desechos sólidos y orgánicos.

7.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Para la constitución de la empresa hemos tomado en cuenta el tipo de compañía que mejor se adapte a las actividades; elegimos la “Compañía Limitada” y una vez constituida legalmente podrá funcionar en la producción y comercialización de los pijamas para dama, para la ciudad de Loja.

7.3.1 ORGANIZACIÓN LEGAL

La Ley de Compañías establece que la Compañía Limitada estará conformada por lo menos de dos personas y un máximo de 15 personas, que hace el comercio bajo una razón social o una denominación adjetiva.



De acuerdo con la siguiente compañía estará integrada por 3 socios los mismos que designaran un administrador para que mediante la notaria publica del cantón Loja, se suscriba el contrato social el cual comprenderá la norma y estatutos correspondientes los cuales posteriormente serán aprobados por la Superintendencia de Compañías y su inscripción en el Registro Mercantil.

Se llama responsabilidad limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañía.

7.3.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

La compañía se denomina: “JL Textiles”, estará ubicada la empresa “JL Textiles” en la parroquia El Sagrario sector Puerta de la ciudad en las calles José Félix de Valdivieso y Av. 18 de Noviembre, esta se encontrara ubicada en la ciudad de Loja.

7.3.1.2 CAPITAL SOCIAL

Da acuerdo a lo establecido por la ley de compañía, el capital estará conformado por las aportaciones de los socios y un monto mínimo por cada uno de ellos que será el capital social. El aporte de cada socio será de \$ 5000, logrando de esta forma cubrir todo el monto de la inversión que será de \$15000 para iniciar con las aportaciones de la compañía. Las aportaciones pueden ser en numerario o especie y en este último caso consistir en bienes, puede ser en bienes muebles e inmuebles que corresponden a la actividad de la compañía.



El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

7.3.1.3 OBJETIVO SOCIAL:

La compañía como tal, tendrá su objetivo social de la producción y comercialización de pijamas para dama.

7.3.1.4 PLAZO DE DURACION

La compañía tendrá un plazo de duración de 5 años, a partir de la fecha de suscripción de la misma en el registro mercantil.

7.3.2 ORGANIZACION ADMINISTRATIVA

7.3.2.1 NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o costumbre, con la finalidad de lograr las metas y los objetivos propuestos.

Se basa en la división de trabajo y delegación de trabajo y de legación de funciones a los miembros de la compañía y valiéndonos de los organigramas.

Existen en el presente los siguientes niveles administrativos:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo

a) Nivel Legislativo. Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normas, procedimientos, dictar los reglamentos,



etc. Y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas en este caso vendrían hacer los socios.

b) Nivel Ejecutivo. Este nivel es unipersonal y está representado por el Gerente quien es el responsable por el cumplimiento de las actividades impuestas por el nivel legislativo a la unidad su mando.

El mismo que se deberá planificar, orientar y dirigir la administración de la compañía, debiendo transmitir a los demás niveles auxiliares y operativos los programas y planes para su correcta ejecución. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad mas no responsabilidad. El nivel ejecutivo es unipersonal cuando exista un presidente, Director o Gerente.

c) Nivel Asesor. Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, finanzas, técnica, contable industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica. En nuestro caso tendremos un asesor jurídico temporal.

d) Nivel auxiliar. Este nivel presta ayuda a otros niveles administrativos en forma eficiente y oportuna, estos miembros son el apoyo logístico para el desarrollo de las actividades administrativas y operativas, este nivel estará conformado por la secretaria y una contadora



e) Nivel Operativo. Este nivel describe al grupo de personas que laboran en la compañía y se encargan de la marcha operativa de la misma, este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes encomendadas por los órganos Legislativo y Directivo, En nuestro caso el nivel operativo estará integrado por: los obreros y un vendedor que se encargara de distribuir el producto.

7.3.3 ORGANIGRAMAS

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

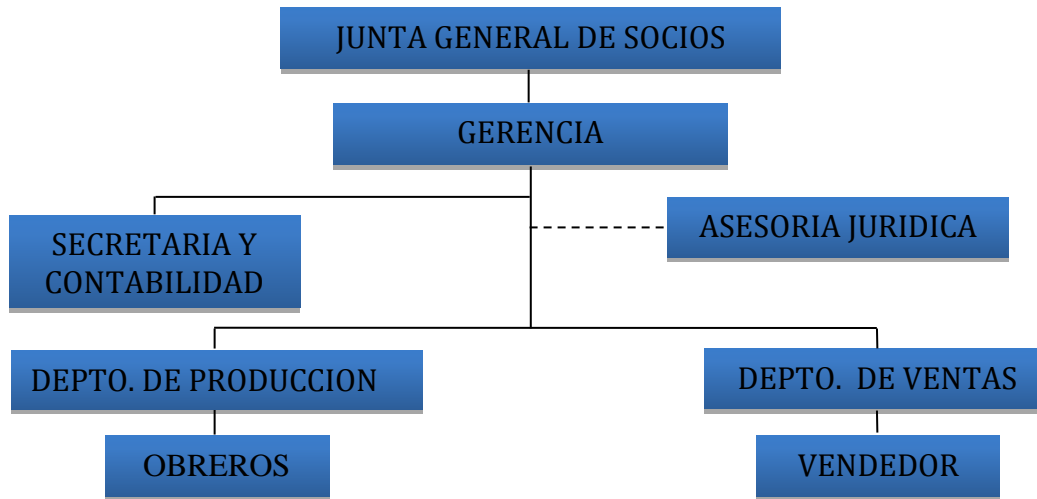
Existen tres clases de organigramas: Organigrama Estructural, Organigrama Funcional y Organigrama Posicional como se demuestran a continuación.

A continuación se establece la estructura administrativa que posee la campaña, mediante el organigrama Estructural, Funcional y Posicional la cual se demuestra a continuación:

7.3.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



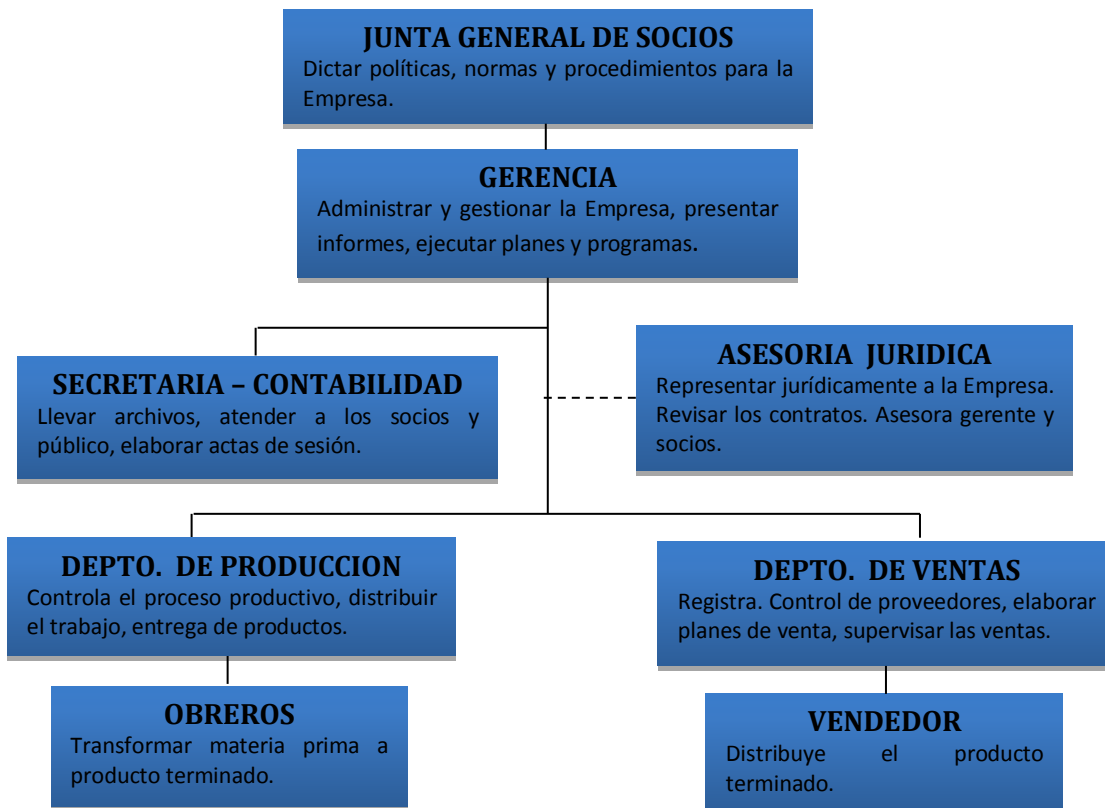
GRAFICO N°24



Elaboración: El Autor

7.3.3.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRAFICO N° 25

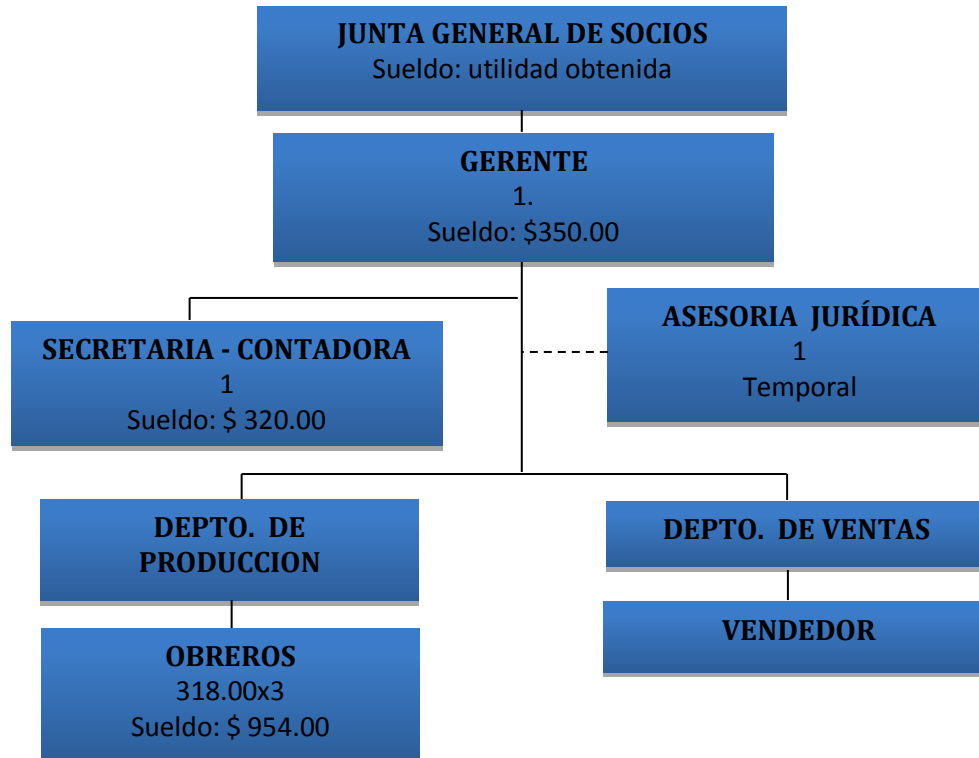


Elaboración: El Autor



7.3.3.3 ORGANIGRAMA POSICIONAL

GRAFICO N° 26



Elaboración: Autor

7.3.4 MANUAL DE FUNCIONES

Manual de funciones es una fuente de información en la que todos los cargos de la empresa encontraran la descripción clara de las diferentes tareas o actividades que deben desarrollar.

“FABRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA DAMA EN LA CIUDAD DE LOJA”

Manual de Funciones

Título del Puesto: Junta General de Socios

Código: 001

Nivel: Legislativo



Dependencia: Superintendencia de Compañías

Naturaleza de trabajo. Legislar políticas, normas y reglas que se deben seguir en la empresa.

Funciones:

- Realizara resoluciones sobre el incremento de nuevos capitales para la inversión en la empresa.
- Decretara los montos de las utilidades que le corresponde a cada accionista.
- Designara al gerente para la administración de la empresa.
- Aprobará o modificara los reglamentos y políticas de la empresa.
- Aprobará el presupuesto de cada año para la empresa.
- Analizar y poner en práctica las leyes y reglamentos que permitirán el buen funcionamiento de la empresa.
- Estudiar y decidir sobre los dividendos de utilidades que le corresponden a cada socio.
- Normar los procedimientos, dictar normas internas y resoluciones que guíen el trabajo empresarial.
- Establecer y normar las políticas que regirán a la organización

Características:

- Ejecutar y velar por el cumplimiento de las políticas, normas y reglas estructuradas en la compañía.

Requisitos:

- Ser accionista de la compañía.



**“FABRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA
DAMA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Título del Puesto: Gerente - Vendedor

Código: 002

Nivel: Ejecutivo – Gerente.

Nivel: Operativo – Vendedor.

Dependencia: Junta General de Socios.

Naturaleza de trabajo. Realiza la gestión empresarial para la administración de la compañía.

- Se encarga y responsabiliza de ejecutar la política institucional y liderar el desarrollo organizacional, asume la representatividad legal y se constituye en la instancia ejecutiva

Funciones de Gerencia:

- Ejecutar las disposiciones otorgadas por la Junta General de Socios e informa sobre el cumplimiento de la misma.
- Representar legalmente a la compañía.
- Fija las políticas operativas como administrativas y de calidad.
- Autorizar y firmas órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice para un buen desenvolvimiento.
- Contratar personal que cumpla con los requerimientos necesarios.
- Presentar informes a la Junta General de Socios sobre documentos de trabajo como programas de servicio, capacitación, etc., para su aprobación.



- Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos.
- Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base al producto y servicio que ofrecemos.

Funciones de Vendedor.

- Atender personalmente al público en el área de ventas.
- Ofrecer una excelente atención al cliente.
- Velar por la seguridad en la entrega de producto.
- Hacer llegar el producto al consumidor en forma rápida.

Características:

- ✓ Lidera el proceso administrativo de la organización estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- ✓ Desarrolla estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- ✓ Crea un ambiente en que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo.
- ✓ Planificar y ejecutar planes de desarrollo para el comercio exterior, y crear cultura organizacional.
- ✓ Desarrollar y controlar eficiente y eficazmente los sistemas organizativos.

Requisitos:

- Título Profesional de Economista, Administrador de Empresas, Ingeniería Industrial, Ingeniería Comercial o profesión a fin.



- MBA, Maestría en Economía, Administración, Comercio Exterior o profesión a fin.
- Experiencia mínima de 2 años tipo empresarial y/o gerenciamiento de empresas.
- Capacidad de dirección.
- Conocimiento de herramientas informáticas (ofimática).
- Experiencia en Asesoría y Consultoría de Empresas.
- Aptitud de trabajo en equipo.
- Especialización en Comercio Exterior o Negociaciones Internacionales.
- Experiencia en gestión privada o pública en empresas de servicios al comercio exterior.
- Conocimiento en Administración Gubernamental.
- Conocimiento del idioma inglés hablado y escrito.

**“FABRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA
DAMA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Título del Puesto: Asesor Jurídico.

Código: 003

Nivel: Asesor

Dependencia: Gerente

Naturaleza del trabajo. Interviene en los asuntos legales de la empresa, su ámbito de acción es aconsejar mas no decidir. Tiene carácter temporal.

Funciones:



- Asesorar a los funcionarios de la empresa sobre asuntos de orden jurídico.
- Representar junto con gerente, judicial y extrajudicialmente en la compañía.
- Participar en las acciones de la Junta General de Socios y Directorio.
- Redactar convenios, contratos, poderes, pagares y otros documentos de tipo legal.
- Prepara reglamentos de personal.
- Resuelve consultas legales.

Características:

Se caracteriza por no tener autoridad en razón de que asesora y recomienda las labores judiciales y no toma decisiones de la compañía.

Requisitos:

- ✓ Posee títulos de Abogado o Doctor en Jurisprudencia.
- ✓ Capacitación constante.
- ✓ Experiencia como mínimo dos años en el ejercicio profesional.
- ✓ Relaciones interpersonales.
- ✓ Pertenecer al colegio de Abogados.

**“FABRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA
DAMA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Título del Puesto: Secretaria – Contadora.

Código: 004



Nivel: Auxiliar de apoyo – Secretaria.

Nivel: Operativo – Contabilidad.

Dependencia: Gerente.

Naturaleza del trabajo. Realiza labores propias de la secretaria y brindar asistencia directa a las autoridades y público en general, ejecutar operaciones contables y realiza el análisis financiero.

Funciones de Secretaria:

- ✓ Opera el PBX telefax y correo electrónico en comunicaciones locales y nacionales.
- ✓ Atención al público personal o telefónicamente y proporciona información.
- ✓ Llevar y controlar la información que entra y sale de la empresa.
- ✓ Vela por la atención de la Junta Directiva.
- ✓ Coordina las labores y trabajos encomendados al bodeguero.

Funciones de Contabilidad:

- ✓ Llevar actualizando el sistema contable de la Empresa.
- ✓ Manejar datos e información confidencial de la Empresa.
- ✓ Organizar en forma adecuada los registros contables.
- ✓ Llevar y controlar la contabilidad de la Empresa.
- ✓ Realizar análisis financiero.

Características:



- ✓ El puesto de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.
- ✓ Establecer buenas relaciones con el personal de la compañía y público en general y además, debe ser una persona honesta y honrada.
- ✓ Responsabilidad económica y técnica en el manejo del trámite administrativo y operativo.

Requisitos de Secretaria:

- ✓ Título en Secretariado Ejecutivo
- ✓ Cursos en relaciones humanas.
- ✓ Edad mínima: 25 años
- ✓ Comprobante de estudios de carrera técnica en área secretarial o administrativa
- ✓ Habilidad de redacción de documentación oficial y comercial
- ✓ Excelente ortografía
- ✓ Manejo de paquetería (office)
- ✓ Manejo de conmutador
- ✓ Excelente presentación
- ✓ Actitud de servicio
- ✓ Facilidad de palabra

Requisitos de Contabilidad:

- ✓ Contabilidad y Auditoría.
- ✓ Tener buena presencia y don de mano.
- ✓ Curso de Relaciones Humanas.



- ✓ Ser afiliado al Colegio de Contadores.
- ✓ Experiencia mínima de dos años.

**“FABRICA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PIJAMAS PARA
DAMA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Título del puesto: Obreros.

Código: 005

Nivel: Operativo.

Dependencia: Jefe de Producción.

Naturaleza del trabajo. Realización del proceso productivo en la compañía.

Funciones:

- ✓ Ejecutar las fases del proceso productivo señaladas.
- ✓ Realizar la limpieza diaria del sitio de trabajo.
- ✓ Cuidar los equipos de trabajo y seguridad de la maquinaria.
- ✓ Cumplir políticas, normas y procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa.

Características:

Este puesto requiere habilidad y destreza para cumplir las labores de producción, siendo necesaria la formación artesanal en el área industrial, así como alto movilidad y responsabilidad.

Requisitos:

- ✓ Título de corte y confección.
- ✓ Recomendaciones personales



- ✓ Experiencia mínima 2 años en trabajos similares.

7.4 ESTUDIO FINANCIERO

El análisis económico pretende determinar, cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto¹⁷, cuál será el costo total de operación, 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. El estudio se integra generalmente con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación del proyecto.

7.4.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, los tangibles y diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

7.4.1.1 ACTIVOS FIJOS

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepto del terreno, y se genera en la instalación de la empresa.

- **Maquinaria y equipo.-** La maquinaria que utilizaremos para la producción de los pijamas para dama tiene un valor de \$ 3018,90

¹⁷ MOSTO Díaz, Jorge. Costo y Presupuesto. Editorial Bros Técnicos. 1982



- **Muebles y enseres de oficina.-** Los muebles que utilizaremos para el funcionamiento de la empresa tienen un costo de \$ 692,96
- **Equipo de oficina.-** La empresa para realizar las actividades comprara un equipo de oficina en \$ 92,15
- **Equipo de Cómputo.-** Los equipos de computación que traeremos a nuestra empresa tendrán un valor de \$ 825,00
- **Instalaciones.-** Las instalaciones con las que contara la empresa son de \$ 149,00 enseres
- **Imprevistos.-** Los imprevistos corresponden al 3% de todo lo que hemos invertido en dólares, en este caso son \$ 143,34

CUADRO N° 34

VALOR DE LAS INVERSIONES	
ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo - Anexo N° 3	\$ 3.018,90
Muebles y enseres - Anexo N° 4	\$ 692,96
Equipo de oficina - Anexo N° 5	\$ 92,15
Equipos de cómputo - Anexo N° 6	\$ 825,00
Instalaciones - Anexo N° 7	\$ 149,00
Imprevistos (3%)	\$ 143,34
Total	\$ 4.921,35

Fuente: Anexo N° 2, 3, 4, 5, 6

Elaboración: El Autor

7.4.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS

En este rubro se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo.

CUADRO N° 35

VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS	
ESPECIFICACION	VALOR TOTAL
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	\$ 200,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 400,00
ESTUDIOS DEL PROYECTO-ESTUDIOS INDUSTRIALES	\$ 1.000,00
LÍNEA TELEFÓNICA	\$ 75,00



MARCAS Y PATENTES	\$	160,00
IMPREVISTOS (3%)	\$	55,05
TOTAL	\$	1.890,05

Elaboración: El Autor

7.4.1.3 ACTIVOS CIRCULANTES

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto como son materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra etc.

- **Costo de producción:** Los costos de producción de la empresa en estudio (JL Textiles) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

El costo de producción tiene dos características opuestas. La primera es que para producir bienes uno debe gastar; esto significa generar un costo. La segunda característica es que los costos deberían ser mantenidos tan bajos como sea posible y eliminados los innecesarios.

- **Materia prima directa:** Es el elemento sobre el cual se ejerce una labor con el objeto de transformarlo en el producto terminado analizado.

- **Mano de obra directa:** Labor humana aplicada sobre la unidad de producto analizada, (Pijamas para dama)

- **Gastos de fabricación:** Son los gastos ocasionados por la materia prima indirecta, la mano de obra indirecta y la carga fabril.

- **Materia prima indirecta:** Son los gastos que se realizan en el momento de concluido el producto. (Fundas plásticas, etiquetas, etc.)

- **Mano de obra indirecta:** Son los salarios, prestaciones y obligaciones que den lugar de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya



actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados

- **Carga fabril:** Son aquellos costos no considerados en las categorías anteriores. (Agua, luz, etc.) Todos estos elementos deberán considerarse hasta el momento en el cual el producto está terminado y culmina el proceso de producción.

- **Costos de administración.-**Estos costos comprenden además de los sueldos y salarios para el personal de esta área de administración, tomando en cuenta también otros gastos administrativos como teléfono, suministros etc. Esta información la encontramos en los anexos

- **Gastos de ventas:** Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los gastos por este concepto.

CUADRO N° 36

VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES		
ESPECIFICACION	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA- Anexo N° 8	\$ 18.216,12	\$ 1.518,01
MANO DE OBRA DIRECTA- Anexo N° 10	\$ 15.145,93	\$ 1.262,16
MATERIA PRIMA INDIRECTA - Anexo N° 12	\$ 194,70	\$ 16,23
CARGA FABRIL - Anexo N° 14	\$ 524,00	\$ 43,67
GASTOS DE ADMINISTRACION - Anexo N° 23	\$ 12.162,25	\$ 1.013,52
GASTOS DE VENTAS - Anexo N° 26	\$ 1.816,76	\$ 151,40
IMPREVISTOS (3%)	\$ 1.441,79	\$ 120,15
TOTAL	\$ 49.501,55	\$ 4.125,13

Fuente: Anexo N° 7, 9, 11, 13, 22, 25

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 37

VALOR TOTAL DE INVERSIONES	
ESPECIFICACION	VALOR TOTAL
ACTIVO FIJO	\$ 4.921,35
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.890,05



ACTIVO CIRCULAMTE	\$	4.125,13
TOTAL	\$	10.936,53

Fuente: Cuadro N° 27, 28, 29
Elaboración: El Autor

7.4.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El financiamiento de las inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto de la creación de una Fábrica productora y comercializadora de pijamas para dama en la ciudad de Loja, provendrán de dos fuentes: aporte de socios de la empresa y la solicitud de un crédito a una entidad Bancaria de la localidad.

El crédito a concederse tendrá un plazo de hasta 5 años, con una tasa de interés anual del 12.77%, con una amortización anualizada. El monto a solicitar a la institución bancaria es de 4500,00 dólares americanos que constituyen el 41,16% de la inversión total. En el cuadro siguiente se puede observar el detalle del financiamiento.

CUADRO N° 38

FINANCIAMIENTO			
FINANCIAMIENTO		VALOR	PORCENTAJE
FUENTE INTERNA SOCIOS	\$	6.436,53	58,85%
FUENTE EXTERNMA BANCOS	\$	4.500,00	41,15%
TOTAL	\$	10.936,53	100,00%

Fuente: Aporte de los Socios y Crédito a una Entidad Bancaria Cuadro N° 30
Elaboración: El Autor

7.4.3 ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

El presupuesto de costos permitirá estimar y distribuir los costos¹⁸ del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil. La

¹⁸ MOSTO Díaz, Jorge. Costo y Presupuesto. Editorial Bros Técnicos. 1982



estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operaciones (Administrativos, ventas, financieros) de una empresa.

7.4.3.1 PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIONES

CUADRO N° 39

PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIONES					
RUBROS	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS
COSTO DE PRODUCCION					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	\$18.216,12	\$ 21.224,74	\$23.583,04	\$24.424,96	\$25.296,93
Mano de obra directa	\$15.145,93	\$ 16.478,58	\$16.890,54	\$17.312,81	\$17.745,63
GASTOS DE FABRICACION					
Materiales indirectos	\$ 194,70	\$ 226,86	\$252,06	\$ 261,06	\$ 270,38
CARGA FABRIL					
Depreciación de maquinaria y equipo	\$271,70	\$ 271,70	\$ 271,70	\$ 271,70	\$ 271,70
Depreciación de muebles y enseres	\$ 62,37	\$ 62,37	\$ 62,37	\$ 62,37	\$ 62,37
Depreciación de equipo de oficina	\$ 8,29	\$ 8,29	\$ 8,29	\$ 8,29	\$ 8,29
Depreciación de equipo de computación	\$181,50	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 264,01	\$ 264,01
Depreciación de instalaciones	\$ 13,41	\$ 13,41	\$ 13,41	\$ 13,41	\$ 13,41
Reparación y mantenimiento	\$ 4.873,57	\$ 5.047,56	\$5.227,75	\$ 5.414,39	\$ 5.607,68
Agua potable	\$80,00	\$ 80,80	\$ 81,61	\$ 82,42	\$ 83,25
Energía eléctrica	\$180,00	\$ 181,80	\$ 183,62	\$185,45	\$ 187,31
Aceite	\$ 24,00	\$ 24,24	\$ 24,48	\$ 24,73	\$ 24,97
Internet	\$ 240,00	\$ 242,40	\$ 244,82	\$ 247,27	\$ 249,74
Imprevistos 3%	\$178,05	\$ 183,42	\$ 188,99	\$ 197,22	\$ 203,18
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Arriendo del local	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00
Sueldos y salarios	\$ 10.549,86	\$ 10.813,61	\$ 11.083,95	\$ 11.361,05	\$11.645,07
Suministros de oficina	\$ 141,63	\$ 146,59	\$ 151,72	\$ 157,03	\$ 162,52
Gastos generales	\$63,00	\$ 65,21	\$ 67,49	\$ 69,85	\$ 72,29
Teléfono	\$240,00	\$ 242,40	\$ 244,82	\$ 247,27	\$ 249,74
Imprevistos 3%	\$ 338,51	\$ 354,23	\$ 362,64	\$ 371,26	\$ 380,09
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	\$ 1.763,84	\$ 1.825,57	\$ 1.889,47	\$1.955,60	\$ 2.024,05
Imprevistos 3%	\$ 52,92	\$ 54,77	\$ 56,68	\$58,67	\$ 60,72
GASTOS FINANCIEROS					
Amortización activo diferido	\$ 378,01	\$ 378,01	\$ 378,01	\$ 378,01	\$ 378,01
Interés del préstamo	\$574,65	\$ 501,27	\$ 437,26	\$ 381,42	\$ 332,71
TOTAL	\$54.312,06	\$59.149,32	\$62.426,23	\$64.290,25	\$66.134,07

Fuente: Anexo N° 8, 10, 12, 14, 15, 17, 23, 26, 27, 28

Elaboración: El Autor



CUADRO N° 40

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTO DE PRODUCCION			
COSTO PRIMO			
Materia prima directa		\$ 18.216,12	
Mano de obra directa		\$ 15.145,93	
GASTOS DE FABRICACION			
Materiales indirectos		\$ 194,70	
CARGA FABRIL			
Depreciación de maquinaria y equipo	\$ 271,70		
Depreciación de muebles y enseres	\$ 62,37		
Depreciación de equipo de oficina	\$ 8,29		
Depreciación de equipo de computación	\$ 181,50		
Depreciación de instalaciones	\$ 13,41		
Reparación y mantenimiento		\$ 4.873,57	
Agua potable		\$ 80,00	
Energía eléctrica		\$ 180,00	
Aceite		\$ 24,00	
Internet		\$ 240,00	
Imprevistos 3%		\$ 178,05	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Arriendo del local		\$ 540,00	
Sueldos y salarios	\$ 10.549,86		
Suministros de oficina	\$ 141,63		
Gastos generales		\$ 63,00	
Teléfono		\$ 240,00	
Imprevistos 3%		\$ 338,51	
GASTOS DE VENTAS			
Publicidad	\$ 1.763,84		
Imprevistos 3%		\$ 52,92	
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización activo diferido	\$378,01		
Interés del préstamo	\$ 574,65		
TOTAL	\$ 13.945,26	\$40.366,79	\$ 54.312,06

Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: El Autor



7.4.3.2 ESTRUCTURA DE INGRESOS

CUADRO N° 41

ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA UTIL DEL PROYECTO								
AÑO	COSTOS TOTALES	N° VECES DEL PROD. ANUAL	COSTO UNITA. DEL PROD.	MARGEN DE UTILIDAD PRECIO FINAL	TOTAL	MARGEN DE UTILIDAD INTERME. 5%	TOTAL INTERME.	TOTAL DE VENTAS
1	\$54.312,06	2496	\$21,76	\$2,18	\$23,94	\$1,20	\$25,13	\$59.743,26
2	\$59.149,32	2808	\$21,06	\$3,16	\$24,22	\$1,21	\$25,44	\$68.021,72
3	\$62.426,23	3120	\$20,01	\$4,30	\$24,31	\$1,22	\$25,53	\$ 75.847,87
4	\$64.290,25	3120	\$20,61	\$5,15	\$25,76	\$1,29	\$27,05	\$80.362,81
5	\$66.134,07	3120	\$21,20	\$6,36	\$27,56	\$1,38	\$28,93	\$85.974,30

Elaboración: El Autor

7.4.3.3 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenida durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permiten conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

CUADRO N° 42

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$59.743,26	\$68.021,72	\$75.847,87	\$80.362,81	\$85.974,30
(-) COSTOS TOTALES	\$54.312,06	\$59.149,32	\$62.426,23	\$64.290,25	\$66.134,07
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$5.431,21	\$ 8.872,40	\$13.421,64	\$16.072,56	\$19.840,22
(-) 15% TRABAJADORES	\$ 814,68	\$ 1.330,86	\$2.013,25	\$2.410,88	\$2.976,03
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 4.616,52	\$ 7.541,54	\$11.408,39	\$13.661,68	\$16.864,19
(-) IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 1.154,13	\$ 1.885,38	\$ 2.852,10	\$3.415,42	\$4.216,05
(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$3.462,39	\$5.656,15	\$ 8.556,30	\$10.246,26	\$12.648,14
(-) RESERVA 5%	\$ 173,12	\$282,81	\$427,81	\$512,31	\$632,41
(=) UTILIDAD LIQUIDA	\$ 3.289,27	\$5.373,35	\$8.128,48	\$ 9.733,94	\$12.015,73

Elaboración: El Autor



7.4.3.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de equilibrio es aquel en el que los ingresos son iguales a los costos, esto es, en el que se obtiene un beneficio igual a cero. La empresa no tiene beneficios ni pérdidas.

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y las ventas. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables, por tanto no existen ni pérdidas ni ganancias.

Hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que es una importante referencia que debe tenerse en cuenta para tomar decisiones de gestión.

Por tanto para el análisis del punto de equilibrio para el proyecto se utilizaron las siguientes formulas:

- En función de la capacidad instalada:

$$P.E. (Capacidad Instalada) = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Volumen Total de Ventas} - \text{Costos Variables Totales}} \times 100\%$$

$$P.E. (Capacidad Instalada) = \frac{13.945,26}{59.743,26 - 40.366,79} \times 100\%$$

$$P.E. (Capacidad Instalada) = \frac{13.945,26}{19.376,47} \times 100\%$$

$$P.E. (Capacidad Instalada) = 0,7197 \times 100\%$$



$$P.E. (Capacidad Instalada) = 71,97\%$$

➤ En función a las ventas

$$P.E. (Volumen de Ventas) = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Volumen Total de Ventas}}}$$

$$P.E. (Volumen de Ventas) = \frac{13.945,26}{1 - \frac{40.366,79}{59.743,26}}$$

$$P.E. (Volumen de Ventas) = \frac{13.945,26}{1 - 0,67567}$$

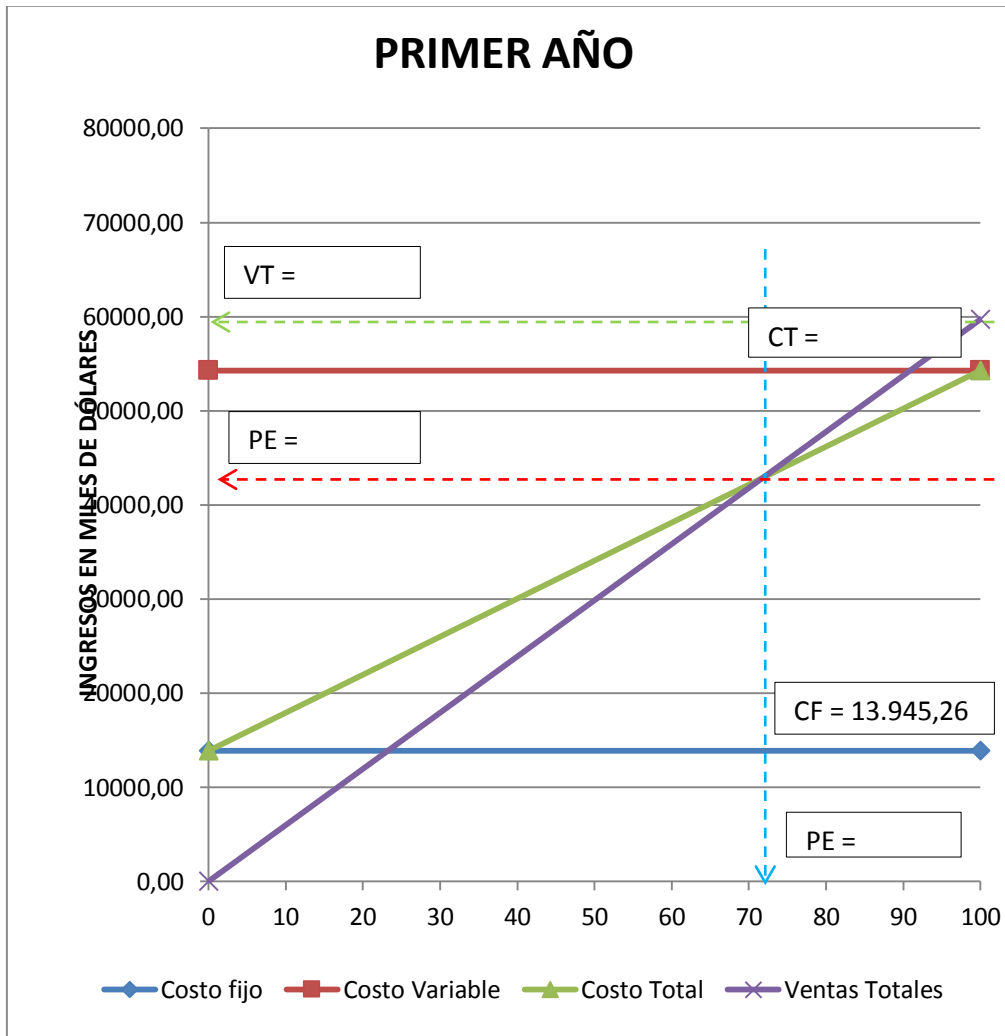
$$P.E. (Volumen de Ventas) = \frac{13.945,26}{0,32433}$$

$$P.E. (Volumen de Ventas) = 42.997,13$$



- **MÉTODO GEOGRÁFICO.**

GRAFICO N° 27



7.4.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto si existe un mercado potencial atractivo; se habrán determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto¹⁹ y el tamaño más adecuado para este último, de

¹⁹ Baca Urbina, evaluación de proyectos de inversión.



acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominara el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva, además de que se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto, pero uno de los problemas fundamentales en torno a la evaluación de inversiones es determinar los rendimientos de proyectos de inversión.

7.4.4.1 FLUJO DE CAJA.

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

CUADRO N° 43

FLUJO DE CAJA						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$10.936,53					
VENTAS		\$59.743,26	\$68.021,72	\$75.847,87	\$80.362,81	\$85.974,30
VALOR RESIDUAL		0	0	\$ 165,00	0	\$ 2.703,24
TOTAL DE INGRESOS	\$10.936,53	\$59.743,26	\$68.021,72	\$76.012,87	\$80.362,81	\$88.677,54
EGRESOS	\$10.936,53					
COSTOS DE PRODUCCION		\$39.491,59	\$44.044,24	\$47.025,21	\$48.572,88	\$50.085,68
COSTOS DE ADMINISTRACION		\$ 12.162,25	\$12.162,03	\$12.450,61	\$12.746,45	\$13.049,72
GASTOS DE VENTAS		\$ 1.816,76	\$1.880,34	\$1.946,15	\$ 2.014,27	\$ 2.084,77
GASTOS FINANCIEROS						
INTERES		\$ 574,65	\$501,27	\$ 437,26	\$ 381,42	\$332,71
15%UTILIDAD A TRABAJADORES		\$ 814,68	\$1.330,86	\$2.013,25	\$2.410,88	\$2.976,03
25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 1.154,13	\$1.885,38	\$2.852,10	\$3.415,42	\$4.216,05
TOTAL DE EGRESOS	\$10.936,53	\$ 56.014,06	\$61.804,13	\$66.724,58	\$70.723,47	\$72.744,96
FLUJO DE CAJA		\$3.729,20	\$ 6.217,59	\$9.288,29	\$9.639,34	\$15.932,58
(-) DEPRECIA. DE ACTIVO FIJO		\$801,28	\$ 801,28	\$ 801,28	\$801,28	\$ 801,28
(-) AMORTIZA.DE ACTIVO DIFERIDO		\$378,01	\$378,01	\$ 378,01	\$ 378,01	\$ 378,01
FLUJO NETO DE CAJA	\$ -	\$2.549,90	\$5.038,29	\$ 8.109,00	\$8.460,04	\$14.753,28

Elaboración: El Autor



7.4.4.2 VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN) es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa.

CUADRO N° 44

VALOR ACTUAL FACTOR ACTUALIZACION = 11%				
AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZACION	VALOR ACTUALIZADO	
1	\$ 2.549,90	0,900901	\$ 2.297,21	
2	\$ 5.038,29	0,811622	\$ 4.089,19	
3	\$ 8.109,00	0,731191	\$ 5.929,23	
4	\$ 8.460,04	0,658731	\$ 5.572,89	
5	\$ 14.753,28	0,593451	\$ 8.755,36	
TOTAL			\$ 26.643,88	

Elaboración: El Autor

Aplicando la formula se obtiene:

$VAN = \text{Sumatoria del Flujo Neto} - \text{Inversión}$

$VAN = 26.643,88 - 10.936,53$

$VAN = 15.707,35$

7.4.4.3 RELACION BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio – costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente; si B/C es mayor a 1 se puede realizar el proyecto; si B/C es menor a 1 se debe rechazar el proyecto; y el B/C es igual a 1



es indiferente el proyecto. Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación.

- Para el factor de actualización se utilizara la misma tasa de VAN que es del 11%.

$$F.A. (Factor de Actualización) = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

CUADRO N° 45

REALCION BENEFICIO COSTO						
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 11%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 11%	INGRESO ACTUALIZADO
1	\$ 54.312,06	0,900901	\$48.929,78	\$59.743,26	0,900901	\$ 53.822,76
2	\$ 59.149,32	0,811622	\$48.006,91	\$68.021,72	0,811622	\$ 55.207,95
3	\$ 62.426,23	0,731191	\$45.645,52	\$75.847,87	0,731191	\$55.459,31
4	\$ 64.290,25	0,658731	\$42.349,98	\$80.362,81	0,658731	\$ 52.937,47
5	\$66.134,07	0,593451	\$ 39.247,35	\$85.974,30	0,593451	\$ 51.021,56
TOTAL			\$ 224.179,55			\$ 268.449,05

Elaboración: El Autor

Una vez Obtenidos los ingresos y costos actualizados procedemos a realizar la siguiente operación:

$$Relacion\ Beneficio/Costo = \frac{Ingreso\ Actualizado}{Costo\ Actualizado}$$

$$Relacion\ Beneficio/Costo = \frac{268.449,05}{224.179,55}$$

$$Relacion\ Beneficio/Costo = 1,20$$

En el presente proyecto, la relación beneficio – costo es mayor a uno (1,20) indicador que sustenta la realización del proyecto y que por cada dólar invertido, se recibirá 20 centavos de utilidad.

7.4.4.4 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

La tasa interna de rentabilidad (TIR) de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que es el rendimiento del proyecto calculado en el tiempo de vida útil del mismo. Para el cálculo del TIR se utilizó el siguiente método:

CUADRO N° 46

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 45,00%	VAN 1	FACTOR 45,50%	VAN 2
1	\$ 2.549,90	0,689655	\$1.758,55	0,687285	\$1.752,51
2	\$ 5.038,29	0,475624	\$2.396,33	0,472361	\$2.379,89
3	\$ 8.109,00	0,328017	\$ 2.659,89	0,324647	\$2.632,56
4	\$8.460,04	0,226218	\$ 1.913,82	0,223125	\$1.887,65
5	\$14.753,28	0,156013	\$ 2.301,70	0,153350	\$2.262,42
TOTAL			\$ 11.030,29		\$10.915,03
			\$ 93,76		\$(21,50)

Elaboración: El Autor

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

$$TIR = 45,00\% + 0,50\% \left(\frac{93,76}{93,76 - (-21,50)} \right)$$

$$TIR = 45,00\% + 0,50\% \left(\frac{93,76}{115,26} \right)$$

$$TIR = 45,00\% + 0,50\%(0,81347)$$

$$TIR = 45,00\% + 0,41\%$$

$$TIR = 45,41\%$$

7.4.4.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación de una inversión es el tiempo que tardará en recuperarse el capital que fuera invertido para iniciar las actividades de la empresa.

CUADRO N° 47

PERIODO DE RECUPERACION			
AÑOS	INVERCION INICIAL		FLUJO NETO
1	\$	10.936,53	\$ 2.549,90
2			\$ 5.038,29
3			\$ 8.109,00
4			\$ 8.460,04
5			\$ 14.753,28
TOTAL			\$ 38.910,52

Elaboración: El Autor

Aplicando la fórmula:

$$PRC = \text{Año que Supera la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Suma Primeros Flujos}}{\text{Flujo del Año que Supera la Inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{10.936,53 - 15.697,19}{8.109,00}$$

$$PRC = 3 + \frac{-4.760,66}{8.104,56}$$

$$PRC = 3 + (-0,59)$$

$$PRC = 2,41$$

2 Años



$$0,41 \times 12 = 4,92$$

4 Meses

$$0,92 \times 30 = 27,60$$

27 Días

La inversión se recuperara en: **2 años, 4 meses y 27 días.**

7.4.4.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para determinar la sensibilidad que pueda tener el proyecto, frente a la incertidumbre de los precios de los costos primos, gastos generales, los de administración, ventas y financieros, es necesario calcular hasta qué punto puede soportar el proyecto una disminución de los ingresos y un aumento en los costos. Para ello, en el proceso de análisis entra en juego un nuevo cálculo de la TIR del proyecto pero con otros valores en los ingresos y también en los costos, a los cuales se les disminuye y aumenta un porcentaje respectivo.

a) INCREMENTO DE LOS COSTOS

Análisis de sensibilidad del proyecto incrementando los costos al 9,5202%. Para los factores de actualización se utilizara una tasa de interés del 20,00% y 70,00%. En el siguiente cuadro está representada la sensibilidad en el incremento de los costos, siendo la inversión de \$10.936,53.

CUADRO N° 48

SENSIBILIDAD CUANDO LOS COSTOS SE INCREMENTEN								
INVERCION = \$ 10.936,53								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 9,5202%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 20,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 70,00%	VALOR ACTUAL
1	\$54.312,06	\$59.482,67	\$59.743,26	\$260,59	0,833333	\$217,16	0,58824	\$ 153,29
2	\$59.149,32	\$64.780,45	\$68.021,72	\$3.241,26	0,694444	\$2.250,88	0,34602	\$1.121,54



3	\$62.426,23	\$68.369,33	\$75.847,87	\$7.478,54	0,578704	\$ 4.327,86	0,20354	\$1.522,19
4	\$64.290,25	\$70.410,81	\$80.362,81	\$9.952,00	0,482253	\$4.799,38	0,11973	\$1.191,56
5	\$66.134,07	\$72.430,17	\$85.974,30	\$13.544,13	0,401878	\$5.443,08	0,07043	\$ 953,91
TOTAL						\$ 17.038,36		\$4.942,49
						6.101,83		(5.994,04)

Elaboración: El Autor

Para los resultados de sensibilidad en el incremento de los costos se desarrollaron los siguientes cálculos:

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 20,00\% + 50,00\% \left(\frac{6.101,83}{6.101,83 - (-5.994,04)} \right)$$

$$TIR = 20,00\% + 50,00\% \left(\frac{6.101,83}{12.095,87} \right)$$

$$TIR = 20,00\% + 50,00\% (0,50446)$$

$$TIR = 20,00\% + 25,22$$

$$TIR = 45,22\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 45,41\%$$

1.- Diferencia De TIR

$$\text{Diferencia de TIR} = TIR \text{ Del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 45,41\% - 45,22\%$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 0,19\%$$

2.- Porcentaje de Variación

$$\text{Porcentaje de Variación} = \text{Diferencia De TIR} / TIR \text{ Del Proyecto} * 100$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = 0,19\% / 45,41\% * 100$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = 0,41\%$$

3.- Sensibilidad

Sensibilidad = Porcentaje De Variación / Nueva TIR

Sensibilidad = 0,41% / 45,22%

Sensibilidad = 0,90%

b) DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

Análisis de sensibilidad del proyecto disminuyendo los ingresos al 8,0652%.

Para los factores de actualización se utilizara una tasa de interés del 20,00% y 70,00%. En el siguiente cuadro está representada la sensibilidad en la disminución de los ingresos, siendo la inversión de \$10.936,53.

CUADRO N° 49

SENSIBILIDAD CUANDO LOS INGRESOS DISMINUYAN								
INVERSION = \$ 10.936,53								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 8,0652%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 20,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 70,00%	VALOR ACTUAL
1	\$54.312,06	\$59.743,26	\$54.924,85	\$ 612,79	0,8333	\$ 510,66	0,5882	\$ 360,47
2	\$59.149,32	\$68.021,72	\$62.535,63	\$ 3.386,31	0,6944	\$ 2.351,60	0,3460	\$ 1.171,73
3	\$62.426,23	\$75.847,87	\$ 69.730,59	\$ 7.304,36	0,5787	\$ 4.227,06	0,2035	\$ 1.486,74
4	\$64.290,25	\$80.362,81	\$73.881,39	\$ 9.591,14	0,4823	\$ 4.625,36	0,1197	\$ 1.148,35
5	\$66.134,07	\$85.974,30	\$79.040,30	\$12.906,22	0,4019	\$ 5.186,72	0,0704	\$ 908,98
TOTAL						\$16.901,40		\$ 5.076,27
						5.964,87		(5.860,26)

Elaboración: El Autor

Para los resultados de sensibilidad en la disminución de los ingresos se desarrollaron los siguientes cálculos:

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$



$$TIR = 20,00\% + 50,00\% \left(\frac{5.964,87}{5.964,87 - (-5.860,26)} \right)$$

$$TIR = 20,00\% + 50,00\% \left(\frac{5.964,87}{11.825,13} \right)$$

$$TIR = 20,00\% + 50,00\% (0,50442)$$

$$TIR = 20,00\% + 25,22$$

$$TIR = 45,22\%$$

TIR DEL PROYECTO = 45,41 %

1.- Diferencia De TIR

Diferencia de TIR = TIR Del Proyecto - Nueva TIR

Diferencia de TIR = 45,41% - 45,22%

Diferencia de TIR = 0,19%

2.- Porcentaje De Variación

Porcentaje de Variación = Diferencia De TIR / TIR Del Proyecto * 100

Porcentaje de Variación = 0,19% / 45,41% X 100

Porcentaje de Variación = 0,41%

3.- Sensibilidad

Sensibilidad = Porcentaje De Variación / Nueva TIR

Sensibilidad = 0,41% / 45,22%

Sensibilidad = 0,90%



8. CONCLUSIONES:

- ◇ La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía Limitada y administrativamente, se encontrará organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo
- ◇ Al establecer el VAN \$15.707,35, el presente proyecto nos da un valor positivo, lo que indica que el proyecto es factible y por ende la inversión es conveniente.
- ◇ Para el presente proyecto la TIR 45,41% es positiva, siendo este valor satisfactorio para realizar este proyecto.
- ◇ El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original es apropiada 2 años, 4 meses y 27 días.
- ◇ La Relación Beneficio Costo en el proyecto, es de 1.20, lo que significa que por cada dólar invertido, se tendrá una utilidad de 20 centavos de dólar.
- ◇ El Análisis de Sensibilidad, demuestra que el proyecto no será sensible cuando los costos se llegaran a incrementarse hasta en un 9,5202% y los ingresos a disminuirse en un 8,0652%.



9. RECOMENDACIONES:

- ◇ Que los pequeños empresarios ejecuten este proyecto, pues tendrán muchos beneficios tanto para la población de la ciudad y provincia de Loja como para el país entero, en el aspecto social y económico especialmente.
- ◇ Para realizar una inversión se debe partir de la base fundamental de estudios técnicos, a través de especialistas en la materia, de manera que se garantice la factibilidad de estos estudios.
- ◇ Se recomienda así mismo, que las instalaciones y la puesta en marcha de la empresa, se lo haga en el menor tiempo posible, por cuanto existe una demanda que favorece a los intereses de esta actividad.
- ◇ Que exista una buena gestión organizacional, con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus áreas.



10. BIBLIOGRAFIA

- ADMINISTRACION DE EMPRESAS, Reyes Ponce Agustín.
- ARMIJOS, Eduardo y Armijos Alex (2009). Guía para la elaboración y evaluación de proyectos de investigación, primera edición, Loja – Ecuador.
- BATTERSBY, Albert. Planificación y Programación de Proyectos. Editorial Ariel. Barcelona - España. 1973
- BIBLIOTECA PRÁCTICA DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS, Tomo I
Diccionario Espasa-Calpe S.A.
- BACA URBINA, evaluación de proyectos de inversión.
- CHIAVENATO, Idalberto: Gestión del Talento Humano, Mc Graw Hill, Bogotá, 2002.
- ENCICLOPEDIA DEL MANAGEMENT, Océano Centrum, 1985
- ENCICLOPEDIA UNIVERSAL SOPENA, Tomo 1, 3 7,8 y 13
- MOSTO DÍAZ, Jorge. Costo y Presupuesto. Editorial Bros Técnicos. 1982
- MELINKOFF, Ramón V.: La Estructura de la Organización. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1969.
- PRIETO, Jorge (2009). **Investigación de Mercados**, Bogotá.
- PASACA MORA, Manuel. Formulación y Evaluación de Proyectos, Loja 2004.



- ROBERTO HERNÁNDEZ SAMPIERI, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio, Metodología de la investigación, Mc Graw Hill, Colombia (1996)
- TERRY, George: Principios de Administración. México, 1961.
- TORRER MOTTA, Marco. Técnicas Industriales de Producción. Ediciones San Marcos. Lima.1997 y Cevallos, Juan. Tesis sobre las industrias.
- VÁZQUEZ R., Víctor Hugo. Organización Aplicada Gráficas Arboleda. Quito - Ecuador. 1995

LINKOGRAFIA:

- INEC www.inec.gov.ec
- VILLODRES, Ana, La Revolución Industrial, 24/08/2005, www.rincondelvago.com
- SALGADO, Carlos Humberto, Historia de la Fábrica Textil de Imbabura http://www.ciudadaniainformada.com/uploads/media/Historia_de_la_Fabrica_Textil_Imbabura.doc
- Ing. PINTO Mauricio, <http://www.camindustriales.org.ec:7778/portal/page/portal/Camara/NuestraOrganizacion/CIP/Memoria70Anios.pdf>.



11. ANEXOS

Anexo N° 1



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

El objetivo de la siguiente encuesta es conocer las preferencias de productos de la línea de pijamas para dama de la ciudad de Loja y el grado de aceptación que tendrá el proyecto de factibilidad. La información que nos proporcione será de gran utilidad para conocer sus gustos y preferencias sobre de la línea de pijamas para dama.

1° ¿A la hora de dormir usted utiliza pijama? DA

SI

NO

Porque:.....

2° ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos busca en un pijama?

Comodidad Moda Necesidad Gusto

3° ¿En qué lugar o lugares le gustaría comprar este producto?

Internet Catalogo Almacenes de ropa interior

Otros.....

4° ¿Qué talla usa? DP

S M L XL Otro.....

5° ¿Qué modelo de pijama prefiere?

A 1pieza tipo Vestido Corto 1pieza Tipo Vestido Largo

B 2piezas Blusa MC Pantalón 2piezas Blusa ML Pantalón

C 2piezas Blusa MC short 2piezas Blusa BVD short

Otro.....

6° ¿Cada que tiempo compra un pijama?



3meses 6mese 9meses 12meses

7º ¿A través de que medio o medios le gustaría informarse sobre este producto?

Internet TV Radio Periódico Vallas

8º ¿Qué tipo de tela prefiere?

Seda Algodón Otro.....

9º Cuándo usted compra un pijama. ¿Qué importancia tiene el precio?

Muy importante Importante Poco importante Nada importante

10º ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un pijama?

\$1 – 10 \$11 – 20 \$21 – 30 Mas \$.....

11º ¿Cree usted que se puede regalar un pijama?

SI NO

12º Si se creara una empresa en la ciudad de Loja productora y comercializadora de pijamas para dama estaría usted dispuesto a comprar el producto. DE

SI NO

Porque.....

Anexo N° 2



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

El objetivo de la siguiente entrevista es conocer cuál es la demanda de productos de la línea de pijamas para dama de la ciudad de Loja y el grado de aceptación que tendrá el proyecto de



factibilidad. La información que nos proporcione será de gran utilidad para conocer la oferta, sus gustos y preferencias sobre la línea de pijamas para dama.

1. ¿Dentro de los productos que vende incluye pijamas para dama?

SI NO

11. ¿Cuántos pijamas para dama vende por semana?

1 – 5 6 – 10 11 – 15 16 – 20 Mas.....

2. ¿Las pijamas para dama se vende más en?

Verano invierno Todo el tiempo

3. ¿Cuáles de estos tipos, clases, modelos o diseños son los más vendidos?

A 1pieza tipo Vestido Corto	<input type="checkbox"/>	1pieza Tipo Vestido Largo	<input type="checkbox"/>
B 2piezas Blusa MC Pantalón	<input type="checkbox"/>	2piezas Blusa ML Pantalón	<input type="checkbox"/>
C 2piezas Blusa MC short	<input type="checkbox"/>	2piezas Blusa BVD short	<input type="checkbox"/>

Otro.....

4. ¿Los pijamas para dama que usted vende son de empresas?

Locales Nacionales Extranjeras

Cuales..... Cuales..... Cuales.....

5. ¿Cuánto está dispuesto a pagar el consumidor por un pijama para dama?

\$1- 10 \$11 – 20 \$21 – 30 \$31 – 40 Mas.....

6. ¿La publicidad que utiliza para dar a conocer sus productos lo realiza mediante?

Internet TV Radio Periódico Vallas
 Revistas Tarjetas Volantes

7. ¿Cuál es la promoción que utiliza?

.....



8. De acuerdo con las ventas de los años anteriores ¿Cuál ha sido su crecimiento anual?

.....

9. Si se creara una empresa en la ciudad de Loja productora y comercializadora de pijamas para dama. ¿estaría usted dispuesto a distribuir este producto?

SI

NO

Porque.....

Anexo N° 3

VALOR DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO			
EQUIPO DE LA PLANTA	CANTIDAD	V. UN ITARIO	V. TOTAL
PERCHA	4	\$ 60,00	\$ 240,00
VITRINAS	4	\$ 90,00	\$ 360,00
MANIQUI MUJER	2	\$ 95,00	\$ 190,00
RELOJ	1	\$ 5,00	\$ 5,00
MAQUINAS DE COSER	3	\$ 680,00	\$ 2.040,00
TIJERAS	6	\$ 4,00	\$ 24,00
CINTAS METRICAS	6	\$ 0,25	\$ 1,50
AGUJAS (pañños)	4	\$ 0,60	\$ 2,40
MESA PARA PLANCHAR	2	\$ 8,00	\$ 16,00
MESA DE TRAZADO	1	\$ 60,00	\$ 60,00
PLANCHA	2	\$ 30,00	\$ 60,00
EQUIPO DE SEGURIDAD INDURTRIAL	1	\$ 20,00	\$ 20,00
TOTAL	26		\$ 3.018,90

Anexo N° 4

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			
DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIO TIPO GERENTE	1	\$ 250,00	\$ 250,00
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	1	\$ 150,00	\$ 150,00
SILLON TIPO GERENTE	1	\$ 100,00	\$ 100,00
SILLON TIPO SECRETARIA	1	\$ 70,00	\$ 70,00
ACHIVADOR	1	\$ 80,00	\$ 80,00
PAPELERAS	1	\$ 11,00	\$ 11,00
SILLAS	4	\$ 7,99	\$ 31,96
TOTAL	10		\$ 692,96

**Anexo N° 5**

EQUIPO DE OFICINA			
DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUMADORA CASIO	1	\$ 17,15	\$ 17,15
EQUIPO TELEFONICO	1	\$ 75,00	\$ 75,00
TOTAL	2		\$ 92,15

Anexo N° 6

EQUIPO DE COMPUTACION			
DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORA	1	\$ 750,00	\$ 750,00
IMPRESORA	1	\$ 75,00	\$ 75,00
TOTAL	2		\$ 825,00

Anexo N° 7

VALOR DE LAS INSTALACIONES			
DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
INSTALACIONES DE ENERGÍA ELÉCTRICA (PTOS)	20	\$ 5,00	\$ 100,00
INSTALACIONES DE AGUA (PTOS)	7	\$ 7,00	\$ 49,00
TOTAL			\$ 149,00

Anexo N° 8

VALOR DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA				
ESPECIFICACION	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TELA DE ALGODÓN	M	4680	\$ 3,80	\$ 17.784,00
HILOS	M	46800	\$ 0,0005	\$ 23,40
BOTONES	UNIDAD	6240	\$ 0,04	\$ 249,60
ELASTICO	M	2652	\$ 0,06	\$ 159,12
TOTAL		60372		\$ 18.216,12

Anexo N° 9

PROYECCION DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA			
AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	VALOR ANUAL	VALOR TOTAL
1	2496	\$ 18.216,12	\$ 18.216,12
2	2808	\$ 20.493,14	\$ 21.224,74
3	3120	\$ 22.770,15	\$ 23.583,04
4	3120	\$ 22.770,15	\$ 24.424,96



5	3120	\$ 22.770,15	\$ 25.296,93
---	------	--------------	--------------

Anexo N° 10

VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA	
DENOMINACION	VALORES
REMUNERACION UNIFICADA	\$ 318,00
DECIMO TERCERO	\$ 26,50
DECIMO CUARTO	\$ 24,33
VACACIONES	\$ 13,25
APORTE PATRONAL 11,15% R.U.	\$ 35,46
APORTE AL IECE 0,5%	\$ 1,59
APORTE AL SECAP 0,5%	\$ 1,59
TOTAL	\$ 420,72
NUMERO DE OBREROS	3
TOTAL MENSUAL	\$ 1.262,16
TOTAL ANUAL	\$ 15.145,93

Anexo N° 11

PROYECCION DE LA MANO DE OBRA DIRECTA	
AÑOS	VALOR ANUAL
1	\$ 15.145,93
2	\$ 16.478,58
3	\$ 16.890,54
4	\$ 17.312,81
5	\$ 17.745,63

Anexo N° 12

MATERIA PRIMA INDIRECTA				
ESPECIFICACION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FUNDAS PLASTICAS	PAQUETE	35	\$ 1,50	\$ 52,50
ETIQUETAS	DOCENA	265	\$ 0,48	\$ 127,20
CINTA DE EMBALAJE	UNIDAD	20	\$ 0,75	\$ 15,00
TOTAL		320		\$ 194,70

Anexo N° 13

PROYECCION DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA			
AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	VALOR ANUAL	VALOR TOTAL
1	2496	\$ 194,70	\$ 194,70
2	2808	\$ 219,04	\$ 226,86



3	3120	\$ 243,38	\$ 252,06
4	3120	\$ 243,38	\$ 261,06
5	3120	\$ 243,38	\$ 270,38

Anexo N° 14

LA CARGA FABRIL				
ESPECIFICACION	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	VALOR TOTAL
AGUA	M3	\$ 0,20	400	\$ 80,00
ENERGIA ELECTRICA	Kw	\$ 0,18	1000	\$ 180,00
ACEITE PARA MAQUINA DE COSER	Galones	\$ 12,00	2	\$ 24,00
INTERNET	MES	\$ 20,00	12	\$ 240,00
TOTAL				\$ 524,00

Anexo N° 15

PROYECCION DE LA CARGA FABRIL					
ESPECIFICACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	\$80,00	\$80,80	\$81,61	\$82,42	\$83,25
ENERGIA ELECTRICA	\$180,00	\$ 181,80	\$183,62	\$ 185,45	\$187,31
ACEITE PARA MAQUINA DE COSER	\$ 24,00	\$ 24,24	\$ 24,48	\$ 24,73	\$ 24,97
INTERNET	\$ 240,00	\$ 242,40	\$244,82	\$ 247,27	\$ 249,74

Anexo N° 16

LAS DEPRECIACIONES						
DENIMINACION	VALOR HISTORICO	VIDA UTIL AÑOS	% DE DEPRE.	VALOR RESIDUAL	DEPRE. ANUAL	VALOR RESIDUAL /RESCATE
ACTIVOS						
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$3.018,90	10	10%	\$301,89	\$ 271,70	\$1.660,40
MUEBLES Y ENSERES	\$692,96	10	10%	\$ 69,30	\$ 62,37	\$ 381,13
EQUIPO DE OFICINA	\$ 92,15	10	10%	\$ 9,22	\$ 8,29	\$50,68
INSTALACIONES	\$149,00	10	10%	\$ 14,90	\$ 13,41	\$81,95
EQUIPO DE COMPUTACION	\$825,00	3	33%	\$ 272,25	\$ 181,50	\$ 363,00
SUBTOTAL	\$4.778,01			\$667,55	\$537,27	\$2.537,16
REINVERSION EN EQUIPO DE COMPUTACION	\$1.182,15	3	33%	\$ 390,11	\$ 264,01	\$654,12
TOTAL					\$ 801,28	\$ 3.191,28

Anexo N° 17

REPARACION Y MANTENIMIENTO			
DENOMINACION	VALOR	ALICUOTA	VALOR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.018,90	2%	\$ 3.079,28



MUEBLES Y ENSERES	\$ 692,96	2%	\$ 706,82
EQUIPO DE OFICINA	\$ 92,15	2%	\$ 93,99
INSTALACIONES	\$ 149,00	2%	\$ 151,98
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 825,00	2%	\$ 841,50
TOTAL			\$ 4.873,57

Anexo N° 18

PROYECCION DE REPARACION Y MANTENIMIENTO	
AÑOS	PROYECCION
1	\$ 4.873,57
2	\$ 5.047,56
3	\$ 5.227,75
4	\$ 5.414,39
5	\$ 5.607,68

Anexo N° 19

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DENOMINACION	GERENTE	SECRETARIA-CONTADORA
REMUNERACION UNIFICADA	\$ 350,00	\$ 320,00
DECIMO TERCERO	\$ 29,17	\$ 26,67
DECIMO CUARTO	\$ 22,00	\$ 22,00
VACACIONES	\$ 14,58	\$ 13,33
APORTE PATRONAL 11,15% R.U.	\$ 39,03	\$ 35,68
APORTE AL IECE 0,5%	\$ 1,75	\$ 1,60
APORTE AL SECAP 0,5%	\$ 1,75	\$ 1,60
TOTAL	\$ 458,28	\$ 420,88
NUMERO DE OBREROS O SUPERVISORES	1	1
TOTAL MENSUAL	\$ 458,28	\$ 420,88
TOTAL ANUAL	\$ 5.499,30	\$ 5.050,56

Anexo N° 20

UTILES Y SUMINISTROS DE OFICINA				
ESPECIFICACION	UNIDAD	V. UNITARIO	C. ANUAL	V. TOTAL
GRAPADORA	UNIDAD	\$ 4,80	1	\$ 4,80
PERFORADORA	UNIDAD	\$ 4,20	1	\$ 4,20
ESFERO GRÁFICOS	DOCENA	\$ 2,85	2	\$ 5,70
TINTA IMPRESORA	CARTUCHO	\$ 20,00	4	\$ 80,00
LÁPICES	DOCENA	\$ 2,83	1	\$ 2,83
BORRADORES	DOCENA	\$ 2,50	1	\$ 2,50
CORRECTORES	UNIDAD	\$ 1,10	6	\$ 6,60



PEN DRIVE	UNIDAD	\$ 10,00	2	\$ 20,00
CARPETA ARCHIVADORA	UNIDAD	\$ 2,50	6	\$ 15,00
TOTAL				\$ 141,63

Anexo N° 21

UTILEZ DE ASEO Y LIMPIEZA			
DENOMINACION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
ESCOBAS	6	\$ 2,99	\$ 17,94
CESTOS DE BASURA	3	\$ 4,99	\$ 14,97
TRAPEADORES	6	\$ 1,99	\$ 11,94
RECOGEDORES DE BASURA	3	\$ 1,59	\$ 4,77
TOALLAS	3	\$ 4,99	\$ 14,97
JABÓN DE MANOS LIQUIDO	24	\$ 3,49	\$ 83,76
PAPEL HIGIÉNICO PACAS	10	\$ 6,29	\$ 62,90
DETERGENTE 500GR	12	\$ 0,50	\$ 6,00
DESINFECTANTE PARA PISO (GALÓN)	12	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL	103		\$ 289,25

Anexo N° 22

GASTOS GENERALES POR SERVICIO				
GASTOS GENERALES	UNIDAD	V. UNITARIO	C. ANUAL	V. TOTAL
UNIFORMES DE TRABAJO	UNIDADE	\$ 7,00	9	\$ 63,00
TOTAL				\$ 63,00

Anexo N° 23

GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES	
ESPECIFICACION	VALOR TOTAL
ARRIENDO DEL LOCAL	\$ 540,00
SUELDOS	\$ 10.549,86
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 141,63
UTILES DE LIMPIEZA Y ASEO	\$ 289,25
GASTOS GENERALES	\$ 63,00
TELEFONO	\$ 240,00
IMPREVISTOS 3%	\$ 338,51
TOTAL	\$ 12.162,25

Anexo N° 24

PROYECCION DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS							
AÑO	ARRIENDO	SUELDOS	SUMI-	TELE-	GASTOS	IMPRE-	VALOR



	DEL LOCAL	2,50%	NISTROS 3,50%	FONO 1%	GENE- RALES 3,50%	VISTOS 3%	TOTAL
1	\$540,00	\$10.549,86	\$141,63	\$240,00	\$63,00	\$338,51	\$12.162,25
2	\$540,00	\$10.813,61	\$146,59	\$242,40	\$65,21	\$354,23	\$12.162,03
3	\$540,00	\$11.083,95	\$151,72	\$244,82	\$67,49	\$362,64	\$12.450,61
4	\$540,00	\$11.361,05	\$157,03	\$247,27	\$69,85	\$371,26	\$12.746,45
5	\$540,00	\$11.645,07	\$162,52	\$249,74	\$72,29	\$380,09	\$13.049,72

Anexo N° 25

GASTOS PUBLICITARIOS				
PUBLICIDAD	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
RADIO	AVISO	104	\$2,50	\$ 260,00
MEDIOS ESCRITOS	PAGINA	104	\$ 4,46	\$ 463,84
MEDIOS TELEVISIVOS	ESPACIO PUBLICITARIO (15 Seg.)	104	\$ 10,00	\$ 1.040,00
TOTAL				\$ 1.763,84

Anexo N° 26

TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	
ESPECIFICACION	VALOR ANUAL
PUBLICIDAD	\$ 1.763,84
IMPREVISTOS 3%	\$ 52,92
TOTAL	\$ 1.816,76

Anexo N° 27

PROYECCION DE LOS GASTOS DE VENTAS			
AÑO	PUBLICIDAD3,50%	IMPREVISTOS3%	TOTAL
1	\$ 1.763,84	\$ 52,92	\$ 1.816,76
2	\$ 1.825,57	\$ 54,77	\$ 1.880,34
3	\$ 1.889,47	\$ 56,68	\$ 1.946,15
4	\$ 1.955,60	\$ 58,67	\$ 2.014,27
5	\$ 2.024,05	\$ 60,72	\$ 2.084,77

Anexo N° 28

AMORTIZACION DEL CREDITO					
AÑO	PRESTAMO	TASA DE INTERES12,77%	AMORTIZACION	PAGO ANUAL	SALDO
					\$ 4.500,00
1	\$4.500,00	\$ 574,65	\$ 900,00	\$5.074,65	\$ 3.600,00



2	\$3.925,35	\$ 501,27	\$ 900,00	\$ 4.426,62	\$2.700,00
3	\$ 3.424,09	\$ 437,26	\$ 900,00	\$ 3.861,34	\$ 1.800,00
4	\$ 2.986,83	\$381,42	\$ 900,00	\$ 3.368,25	\$ 900,00
5	\$ 2.605,41	\$332,71	\$ 900,00	\$ 2.938,12	\$ -

Anexo N° 29

AMORTIZACION DEL ACTIVO DIFERIDO					
AÑO	PRESTAMO	TASA DE INTERES11%	AMORTIZACION	PAGO ANUAL	SALDO
					\$ 1.890,05
1	\$ 1.890,05	\$ 207,91	\$ 378,01	\$ 2.097,96	\$ 1.512,04
2	\$ 1.682,14	\$ 185,04	\$ 378,01	\$ 1.867,18	\$ 1.134,03
3	\$ 1.497,11	\$ 164,68	\$ 378,01	\$ 1.661,79	\$ 756,02
4	\$ 1.332,43	\$ 146,57	\$ 378,01	\$ 1.478,99	\$ 378,01
5	\$ 1.185,86	\$ 130,44	\$ 378,01	\$ 1.316,30	\$ -



12. ÍNDICE

	INDICE GENERAL	PAG
	CARATULA	I
	CERTIFICACION	II
	AUTORIA	III
	AGRADECIMIENTO	IV
	DEDICATORIA	V
1	TITULO	1
2	RESUMEN	2
3	INTRODUCCION	6
4	MARCO TEORICO	9
5	MATERIALES Y METODOS	37
6	RESULTADOS	44
7	DISCUSIÓN	61
7.1	ANALISIS DEL MERCADO	61
7.2	ESTUDIO TECNICO	68
7.3	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	93
7.4	ESTUDIO FINANCIERO	108
8	CONCLUSIONES	128
9	RECOMENDASIONES	129
10	BIBLIOGRAFÍA	130
11	ANEXOS	132
12	INDICE	143