



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”

TÍTULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIEROS EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

INTEGRANTES:

Robert Ernesto Ogoño Sinche

Yhofre Alexander Paladinez Castillo

DIRECTOR:

Ing. Com. Juan Encalada Orozco

LOJA - ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

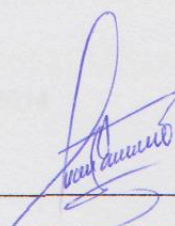
Ing. Com. Juan Encalada Orozco

**DIRECTOR DE TESIS 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 **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FITS PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA”**, presentados por los aspirantes: Robert Ernesto Ogoño Sinche y Yhofre Alexander Paladínez Castillo previo a la obtención del grado de INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, la misma que ha sido dirigido, orientado y revisado cuidadosamente en todas sus partes, y en vista de que cumple con los requisitos de fondo y forma, autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, Enero del 2014



Ing. Com. Juan Encalada Orozco

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Nosotros Robert Ernesto Ogoño Sinche y Yhofre Alexander Paladínez Castillo declaramos ser autor(es) 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 aceptamos y autorizamos a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de nuestra tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.


AUTOR: Robert Ernesto Ogoño Sinche

FIRMA: 

CÉDULA: 110379156-0

FECHA: Loja, Enero de 2014

AUTOR: Yhofre Alexander Paladínez Castillo

FIRMA: 

CÉDULA: 110493860-8

FECHA: Loja, Enero de 2014

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

Nosotros Robert Ernesto Ogoño Sinche y Yhofre Alexander Paladínez Castillo declaramos ser autor (es) de la Tesis titulada: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA" Como requisito para optar al Grado de: **INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**: autorizamos al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 9 días del mes de enero del dos mil catorce, firma el autor.

FIRMA: 

AUTOR: Robert Ernesto Ogoño Sinche

CÉDULA: 110379156-0

DIRECCIÓN: Loja, calle Alonso de Mercadillo entre Av. Universitaria y 18 de Noviembre

CORREO ELECTRÓNICO: dmrobert@hotmail.com

TELÉFONO: CÉLULAR: 0993116920

FIRMA: 

AUTOR: Yhofre Alexander Paladínez Castillo

CÉDULA: 110493860-8

DIRECCIÓN: Loja, Barrio Belén

CORREO ELECTRÓNICO: kaiser_alexander_8888@hotmail.com

TELÉFONO: 2552435 CÉLULAR: 0988978023

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Juan Encalada Orozco.Mg.Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Manuel Pasaca (Presidente)

Ing. Ricardo Arévalo (Vocal)

Ing. Patricio Gómez (Vocal)

DEDICATORIA

Al cumplir mi más grande ilusión dedico este esfuerzo. Con toda humildad a Dios, ser supremo que nos orienta y guía en nuestro destino, a mi madre por haberme dado la vida y por su amor incondicional, a mis abuelitos y mi tía Rocío que siempre han estado firme y constantemente guiándome por el buen camino e inculcando buenos valores; a mis hermanos y sobrinos Doménica y Pablo por apoyarme de una u otra forma en la realización del presente trabajo.

Yhofre Alexander Paladínez Castillo

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante las adversidades, a mis padres por su apoyo, consejos, ayuda en los momentos difíciles, a mis hijas Sophya y Doménica que son la luz del faro que ilumina mi camino y por las que uno mejora constantemente, a mi esposa por su amor, dedicación y apoyo incondicional que hicieron posible la realización de este proyecto académico.

Robert Ernesto Ogoño Sinche

AGRADECIMIENTO

Queremos dejar constancia de nuestra gratitud al Nivel Pregrado del Área Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, a sus dignas autoridades y personal administrativo, no solo por habernos brindado la actualización y adquisición de los conocimientos necesarios para nuestra formación profesional sino también por habernos dado la oportunidad de estar en las aulas de nuestra querida Universidad, de las cuales con orgullo somos alumnos.

De manera especial queremos presentar nuestro sincero agradecimiento al Ing. Com. Juan Encalada Orozco, quien con su valiosa calidad de maestro y amigo y con su elevado criterio académico y profesional, orientó y dirigió magistralmente la elaboración, corrección y culminación de la presente investigación.

Con infinita gratitud:

Los Autores

a. TÍTULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

El presente trabajo corresponde a un estudio orientado a dar una solución a *“La falta de emprendimiento en la implementación de empresas textiles e industrias camiseras en la Ciudad de Loja que conlleva a un consumo y dependencia masiva de productos importados y confeccionados en otras ciudades del país y por ende ocasiona una fuga de capital y deteriora las perspectivas de desarrollo.”*

La investigación se enmarca en determinar la factibilidad de la creación de una industria de confección y comercialización de camisas Slim - Fit para hombres en la ciudad de Loja. La cual contribuirá a dar soluciones a los problemas de desempleo, desarrollo y migración, para así aportar al mercado local y a la economía de nuestra ciudad, a la región sur y al país.

Es así que para lograr el objetivo propuesto del presente trabajo se utilizó útiles y equipos de oficina además de una metodología (método deductivo y método inductivo) que sirvió para comprender y analizar la información y así presentar los resultados de nuestro trabajo de carácter investigativo.

El estudio de mercado realizado a través de una muestra de 380 encuestas a los 38.788 hombres comprendidos entre las edades de 15-35 años, de la ciudad de Loja; procedimiento que permitió conocer las distintas demandas, la adquisición promedio en forma anual que es de 7 camisas, dato que permitió determinar la demanda efectiva. Luego se investigó mediante censo a las 44 empresas dedicadas a la venta de ropa (**Ver Anexo Nº 3**), registradas en la CADECOL (Cámara de Comercio de Loja) para establecer la oferta.

En lo que respecta al Estudio Técnico en base al estudio previo (Estudio de Mercado) y en función a la demanda insatisfecha se estima participar en el primer año atendiendo el 31,03% de dicha demanda y en el décimo año se cubrirá el mercado en un 46,55%.

Sobre lo que respecta al aspecto legal, se conformó una empresa de responsabilidad limitada: "INNOVATEX Cía. Ltda.", la vida útil estimada de la empresa es de 10 años a partir de su inscripción.

En lo que se refiere al estudio administrativo, se propone que la empresa cuente con los organigramas estructural, posicional y funcional. Además de manuales de funciones para cada puesto de tal manera que el empleado-trabajador se desempeñe de forma eficaz y eficiente.

Luego se estiman las inversiones en el Estudio Financiero tanto en Activos Fijos que será de 29.680,00 dólares de estados unidos de américa; Activos Diferidos que asciende a un monto de 4.110,00 dólares de estados unidos de américa; y Activo Circulante o Corriente asciende a un monto de 15.554,55 dólares de estados unidos de américa; que dan un total de inversión necesaria de 49.344,55 dólares de estados unidos de américa.

Así mismo el costo total de producción para el primer año será de \$ 189.398,16; y para el último año el costo de producción será de \$ 318.054.

Mientras que los ingresos totales para el primer año serán de \$ 231.000,00; para el último año de vida útil del proyecto se estima que se obtendrá \$ 492.677,00.

En lo que respecta a la Utilidad Neta con la que contara la empresa luego de asumir sus obligaciones con los empleados-trabajadores y las tributarias es la siguiente: para el primer año será de \$ 23.869,05; y para el último año se obtendrá unas ganancias netas de \$ 102.469,63.

Con relación al punto de equilibrio donde los costos se igualan a los ingresos se tiene los siguientes datos: para el primer año hay que utilizar el 68,44% y para el último año se deberá utilizar un 47,35% de la capacidad de producción, es decir se deberá confeccionar 7.525 camisas, con un total de ventas de \$ 157.040,21.

Finalmente la evaluación financiera del proyecto se realizó en base a los flujos de caja obtenidos para los diez años de vida del proyecto que son: del primer año es

\$ 31.130,77 y finalmente por el décimo año de vida útil de proyecto se tendrá un total de flujo de caja de \$ 118.693,39; base sobre la cual se aplicaron los indicadores de la evaluación financiera pero antes de eso se obtuvo la TMAR (*Tasa Mínima de Aceptación Rentable*) que es de 18,67% para el cálculo matemático de los indicadores, luego se aplicó el VAN que fue de \$ 201.522,66, valor favorable que determina que el proyecto es factible financieramente; también se utilizó la TIR que es de 72,75% superior a la TMAR (18,67%) por lo tanto se genera mayor rendimiento en el costo de la deuda; también se determinó el PRC que será de un año y diez meses, así mismo se aplicó el indicador RBC, en el cual se obtuvo que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de 36 centavos de dólar.

En lo que respecta al indicador análisis de sensibilidad, fue aplicado para dos escenarios posibles; el primero que es de incremento en los costos con un 21,28% obteniendo un coeficiente de sensibilidad de 0,9931, es decir es menor a uno por lo tanto el proyecto no es sensible a este escenario económico. El segundo es la disminución de ingresos con un 12,08% obteniendo un coeficiente de sensibilidad de 0,9936, es decir es menor a uno por lo tanto el proyecto tampoco es sensible a este escenario económico.

Y finalmente con toda la información recopilada y luego de los análisis respectivos se procede a realizar las respectivas conclusiones en las cuales luego de realizados los estudios se concluye que el proyecto es rentable y por tal motivo es factible su realización las recomendaciones

Y por último se proceden hacer recomendaciones tales como estar actualizados en las tendencias de moda, mantener y/o mejorar la calidad del producto e ir actualizando la imagen corporativa conforme aumenten sus ventas o se vaya ganando terreno en el mercado de la ciudad de Loja.

ABSTRACT

This work corresponds to a result-oriented solution to "The lack of entrepreneurship in implementing shirt textile companies and industries in the City of Loja leading to mass consumption and reliance on imported and made in other cities study and thus leads to a flight of capital and undermines development prospects." The research is part of determining the feasibility of creating a garment industry and marketing shirts Slim - Fit for women in the city of Loja. Which help to provide solutions to the problems of unemployment, migration and development, and contribute to the local market and the economy of our city, to the south and the country.

Thus to achieve the intended objective of the present work was used office supplies and equipment as well as a methodology (deductive and inductive method) that was used to understand and analyze the information and thus present the results of our investigational work

The market survey through a sample of 380 surveys of 38,788 men between the ages of 15-35 years, the city of Loja; procedure yielded information on the various demands, the average acquisition annually which is 7 shirts and this enabled determining the effective demand is then investigated using census at 44 dedicated to selling clothing companies (See Appendix No. 3), registered in the CADECOL (Loja Chamber of Commerce) to set the offer.

Regarding the Technical Study based on the previous study (Market Research) and according to the unmet demand is estimated to participate in the first year taking 31.03% of the demand and in the tenth year the market will be covered in one 46.55%. "INNOVATEX Co.: On regards the legal aspect, a limited liability company was formed. Ltd. "the company estimated useful life is 10 years from registration. In regards to the administrative study proposed that the company has the structural, positional and functional charts. In addition to operating manuals for each position so that the employee - worker perform effectively and efficiently.

Deferred Assets amounting to a total of \$ 4,110.00 United States of America ; ,

investments in both the Financial Asset Studio to be \$ 29,680.00 united states of America are then estimated and Actico Circulating Current or amounts to an amount of \$ 15,554.55 from usa , giving a total required investment of \$ 49,344.55 usa .

Likewise, the total production cost for the first year is \$ 189,398.16, and for the last year the production cost will be \$ 318,054. While total revenue for the first year will be \$ 231,000.00, for the last year of life of the project is estimated to get \$ 492,677.00.

With respect to net income with which to tell the company after taking their obligations to employees and tax - workers is as follows: for the first year will be \$ 23,869.05 , and for the last year will get a net earnings of \$ 102,469.63 .

With regard to the balance point where costs are equal to income has the following data: for the first year must use the 68.44 % for the last year and you must use a 47.35 % of the production capacity ie he must make 7,525 shirts, with total sales of \$ 157,040.21. Finally, the financial evaluation of the project was carried out based on the cash flows obtained for the ten year life of the project are: the first year is \$ 31,130.77 and finally even the tenth year of life have a total project cash flow of \$ 118,693.39 , based on which the financial evaluation indicators were applied but before that the MARR (Minimum Profitable Acceptance rate) which is 18.67 % for the mathematical calculation was obtained indicators , then applied to the NPV was \$ 201,522.66 , pro value that determines that the project is financially feasible ; IRR of 72.75% which is higher than the MARR (18.67 %) was also used at much better performance in the cost of debt is generated , the PRC will be one year and ten months was also determined , also the RBC indicator , in which it was found that for every dollar invested in the project will be obtained is applied a profit of 36 cents.

With respect to the indicator sensitivity analysis was applied to two scenarios , the first one is of higher costs with 21.28% to obtain a sensitivity coefficient of 0.9931 , that is less than one so therefore the project is not sensitive to the economic environment . The second is the decline in revenue with a 12.08% obtaining a sensitivity coefficient of 0.9936, i.e. is less than one so the project is not sensitive to this economic scenario.

And finally to all information collected and analysis after the respective information

proceeds to the respective conclusions on which the studies conducted after it is concluded that the project is profitable and for this reason its implementation is feasible recommendations

And finally they come to make recommendations such as being current on fashion trends , maintain and / or improve product quality and upgrade all the corporate image as increase sales or will be gaining ground in the market town of Loja.

c. INTRODUCCIÓN

La necesidad de conseguir y crear fuentes de trabajo sirve de motivación a todas las personas para emprender en la creación de negocios; en este sentido el presente trabajo recoge los cuatro estudios realizados para determinar LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA.

La presente investigación consta de una revisión de literatura donde se encuentra inmersas las diferentes definiciones de los temas tales como: proyecto de inversión, demanda, oferta, mercado, plan de comercialización, precio, producto, plaza, publicidad, tamaño de la empresa, capacidad instalada, capacidad utilizada, ingeniería del proyecto, componente tecnológico, proceso productivo, diagrama de flujos de procesos, estructura organizativa, niveles jerárquicos, manual de funciones, activos fijos, activos diferidos, activo circulante, financiamiento, análisis de costos, costos de producción, presupuesto, punto de equilibrio, flujo de caja, VAN, TIR, RBC, PRC, AS.

Además se desarrolló la discusión en la que se realizó los cuatro estudios de un proyecto de inversión: Primero consta el estudio de mercado que partió con la investigación de mercado realizada; cuyo objetivo fue realizar un análisis de la industria del sector, la demanda, oferta y comercialización a fin de conocer la existencia de la demanda insatisfecha, condiciones de competencia dando cumplimiento con este objetivo, se inició con la aplicación de 380 encuestas a los hombres comprendidos entre las edades de 15-35 años de la ciudad de Loja, con la información obtenida se llegó a determinar que existe una demanda para el producto a ofrecer (Camisa Slim-Fit) en cuanto a la oferta se aplicó una encuesta a los 44 ofertantes de camisas que existe en la ciudad; esto permitió establecer los parámetros necesarios para efectuar el análisis y la información obtenida, condujo a proponer el respectivo plan de comercialización.

Luego está el estudio técnico determina los recursos básicos para el proceso completo de la realización del producto. Analizando el tamaño que tendrá la empresa, para lo cual se hace un balance entre la oferta y la demanda permitiendo también determinar la capacidad de producción. La ubicación y la micro y macro localización del proyecto es muy importante porque esta manera se determina si se contara con todos los servicios básicos que necesita el proyecto, cuyo proceso debe estar detallado minuciosamente con pasos y tiempos, además deben constar los flujo gramas de procesos y diagramas de producción, detalles y especificaciones de toda la maquinaria necesaria e infraestructura física con la que se debe contar para llevar a cabo el proyecto de producción.

Este también cuenta con un estudio organizacional de la empresa, aquí también se establecen los organigramas tanto estructural, funcional y posicional, se detallaran los diferentes puestos acompañados de sus respectivos manuales de funciones.

Seguidamente se incluye el Estudio Financiero donde consta el monto de inversión en forma detallada de acuerdo a las necesidades para la implantación del proyecto. Constan igualmente los respectivos presupuestos donde se detalla tanto los ingresos como los egresos para cumplir con la operatividad durante toda la vida útil del proyecto (10 años), pero a más de esto también está incluido la clasificación de los costos fijos y variables y el respectivo punto de equilibrio en función a las ventas, a la capacidad instalada.

Posteriormente se encuentra una evaluación financiera de proyectos que es una investigación profunda del flujo de fondos y riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada es la parte final proyecto de factibilidad en el cual se ve el retorno de la inversión y la rentabilidad que genera la unidad de producción a cada inversionista. Para analizar la factibilidad del

proyecto se toman en cuenta indicadores como son: el Valor Actual Neto (VAN), La Tasa Interna de Retorno (TIR), la relación Beneficio Costo (RBC), El Periodo de Recuperación del capital (PRC) y el Análisis de Sensibilidad (AS), cuyos resultados permitieron demostrar la factibilidad del proyecto y con base a estos recomendar la inversión del proyecto.

Finalmente se encuentran las conclusiones a las cuales se han llegado así como las recomendaciones de carácter general que se considera importante para llevar adelante la puesta en marcha del proyecto planteado, luego se elaboró la bibliografía, seguidamente están los anexos; y por último el índice que es la estructura del trabajo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

ANTECEDENTES



LA CAMISA¹

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

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

HISTORIA

Camisa proviene del latín tardío *camisia*, sin embargo los que defienden su origen griego dicen que es del término *kamasón*, por el significado de túnica.

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Camisa>

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

Precisamente, de ahí viene la costumbre que indica el Protocolo, que un caballero nunca debe quedarse en mangas de camisa, al menos en presencia de las señoras, por considerarse que era como quedarse desnudo en ropa interior. Por eso los caballeros nunca deberían quitarse la chaqueta en los banquetes y otros actos. Dadas las condiciones de vida de aquellos años, finales del siglo XIX, la camisa blanca o de tonos claros, era signo de distinción. ¿Por qué? Solo los aristócratas y gente de buena posición podían lavarla a menudo y tenerla siempre limpia. Eran bastante utilizados los cuellos postizos, pues como indicamos anteriormente, era la única parte que se lucía, en un principio; así se podía cambiar el mismo, sin tener que lavar el resto de la prenda que no se veía. Cuando aparecen las primeras camisas de colores más oscuros, rayas y estampados, las clases sociales más altas optan por mantener el blanco en los cuellos y puños de las camisas, como signo de distinción, para tratar de mantener las diferencias. Las buenas camisas son caras debido a que en su confección se emplean materiales de buena calidad y emplean una mayor cantidad de tela, además suelen estar hechas a medida. También son más caras pues se cuidan los detalles como los cuellos, mangas, puños y hombros.

Una buena camisa también se reconoce por el tipo de costura que lleva, que debe ser de puntada recta y con un mínimo de 7 u 8 puntadas por centímetro. Además, los ojales y los botones son siempre cosidos a mano. Aunque las

camisas de vestir pueden ser también hechas en serie de fábrica, éstas tienen mejor precio pero no suelen contar con los detalles de las camisas hechas a medida y a mano. La camisa, al igual que el resto de prendas masculinas ha evolucionado poco, y sigue siendo una prenda clásica, que solamente suele variar en el tamaño de los cuellos, que cambian en función de las modas que imponen las casas comerciales y los diseñadores de moda. Para elegir una camisa, hay que saber si se usará con corbata o no, y hacer la prueba cerrando el último botón del cuello. Recuerde que una camisa mal ajustada se convierte en un instrumento de tortura, y además dará una mala impresión.

Las camisas de vestir suelen ser blancas, sin botones en el cuello y con puños para gemelos (doble puño) y, por supuesto, de manga larga. Tampoco llevan bolsillo. Una camisa clásica, nunca lleva bolsillo, y si lo lleva nunca debería usarse, para eso tenemos los bolsillos de la chaqueta. Las camisas de manga corta deben dejarse para ocasiones informales, el verano, cuando vestimos de sport, o para ir vestido sin chaqueta. Una curiosidad a tener en cuenta, es que las camisas (como otras prendas de botones masculinas) abrochan de izquierda a derecha (tienen la fila de botones a la derecha) y las de las señoras abrochan de derecha a izquierda (tienen los botones a la izquierda). Obedece a que los hombres antaño podían desabrocharse la camisa o prenda similar con la izquierda y agarrar o sostener la espada con la mano derecha. Mientras que la mujer solía sostener al niño con la izquierda y desabotonar su camisa o blusa con la derecha.² En la actualidad los cánones de la moda han cambiado y aparecieron una amplia gama de colores modelos y estampados. Las camisas pueden ser de:

- Tela (algodón, seda u otra tela).
- Color muy variado de todas las gamas del arco iris.
- El diseño (liso o plano, rayas, estampadas).

²http://www.protocolo.org/miscelaneo/monograficos_y_reportajes/la_camisa_su_origen_historia_usos_curiosidades.html

- Se pueden confeccionar (a la medida o en serie), tipos de cuellos, mangas o puños. (con gemelos/colleras o abotonado).
- Se puede usar con corbata o sin ella.

PARTES DE LA CAMISA

Las buenas camisas son caras pues en su confección se emplean materiales de buena calidad y emplean una mayor cantidad de tela, además suelen estar hechas a medida. Tienen más costo pues se cuidan los detalles como los cuellos, mangas, puños y hombros. Para poder reconocer una buena camisa es necesario observa la costura, el acabado la punta debe ser recta por otro lado los ojales y botones son cosidos a mano. Las camisas de vestir también pueden ser confeccionadas en serie de fábrica, éstas tienen mejor precio pero no cuentan con los detalles de las camisas hechas a medida y a mano. La camisa, sigue siendo una prenda clásica, que solo varía en el tamaño de los cuellos, que cambian en función de las modas que imponen las casas comerciales y los diseñadores de moda. Para elegir una camisa, hay que saber si se usará con corbata o no, y hacer la prueba cerrando el último botón del cuello. Una camisa mal ajustada se convierte en un instrumento de tortura, y además dará una mala impresión. No se debe olvidar que una buena camisa se abrocha de izquierda a derecha. Las camisas de vestir son blancas, sin botones en el cuello y con puños para gemelos (doble puño) , de manga larga. No llevan bolsillo. si lo lleva nunca debería usarse, para eso están los bolsillos de la chaqueta. Las camisas de manga corta deben dejarse para ocasiones informales, el verano, cuando vestimos de sport, o para ir vestido sin chaqueta.

El Cuello De La Camisa.- Debe estar en concordancia a la prenda que vista y a la corbata que se pondrá con ella. Los cuellos con botones no deben ser utilizados para lucir corbata, son pocos elegantes, de igual manera los que llevan un pequeño pasador.

Los Cuellos Amplios Son Apropriados Para Lucir Nudos De Corbata Anchos. Así como los estrechos son utilizados para nudos de corbata pequeños o estrechitos. Uno de los más elegantes, según los expertos, es el cuello italiano (también conocido como cuello cutaway o spread).

El Cuello De La Camisa Debe Estar Bien Planchado Y Si Es Posible Levemente Rígidos. En épocas pasadas eran almidonados para obtener esta rigidez. Las medidas del cuello de la camisa deben ser exactas para evitar que quede demasiado holgado o que apriete demasiado siendo realmente incómodo llevar una camisa abotonada en su totalidad.

En La Parte Delantera.- La camisa debe abotonarse totalmente, a excepción del último botón del cuello, que puede no abotonarse cuando se prescinde de la corbata, en camisas de sport y en camisas de manga corta. Las abotonaduras pueden ser de vestir, botones normales de nácar o cualquier otro material natural o sintético, o bien pueden ser de "fantasía" para el vestuario de etiqueta. Estas abotonaduras de lujo suelen ser pequeñas perlas, brillantes, etc.

Los Puños.- Las camisas de vestir valen simplemente con el puño normal, y para el vestuario de etiqueta el puño doble para gemelos. Actualmente también hay camisas de puño mixto que sirven para lucir botones y cubre botones, como para lucir gemelos, escondiendo el botón en un ojal que llevan estos puños. Los puños deben ir siempre abotonados, tanto si se lucen complementos en ellos, como si no se lleva nada.

El Tejido.- Las camisas más utilizadas son las de algodón, aunque pueden ser de seda, de lino, de mezcla con fibras sintéticas, etc. Dependiendo de la época del año y del vestuario que luzca, deberá elegir la más adecuada para cada momento y ocasión.

MODELOS DE LA CAMISA³

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

- 1.- Camisa casual: Puede ser lucida sola o bajo prendas deportivas y no como camisas para corbata y suelen tener botones en el cuello.
- 2.- Camisas de vestir: Son las confeccionadas para ser lucidas con traje, saco o prendas de etiqueta. Debido a su mayor carga protocolaria existen de varios tipos como camisa de puño sencillo, camisa de puño doble, camisas de cuello, etc.

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

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

PROYECTOS DE FACTIBILIDAD

ASPECTOS GENERALES⁴

Los grandes avances observados en el desarrollo de modelos y técnicas de predicción y análisis, en la forma de sistematizar la información para que satisfaga los requerimientos de todos los agentes económicos que participen de la decisión y en los modelos complementarios de simulación y riesgo, se ha logrado introducir la preparación y evaluación de proyectos en casi todos los

³ <http://horabuena.blogspot.com/2011/08/la-camisa-historia-de-la-camisa-partes.html>

⁴ SAPAG Chain Nassir, PROYECTOS DE INVERSIÓN-FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN-Primera Edición 2007-Pag 15

sectores de actividad: la salud, la iglesia, la educación, la defensa nacional, la entretención y en todos aquellos que han comprendido la importancia de asignar correctamente los recursos, generalmente escasos, de que se dispone. Tan importante como tener recursos para hacer cosas es poder asignarlos racionalmente.

¿QUE ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN?⁵

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

La evaluación de un proyecto de inversión cualquiera que este sea tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, que tal manera asegure resolver una necesidad humana de forma eficiente, segura y rentable. Solo asi es la única forma de asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.

CICLO DE LOS PROYECTOS⁶

Un proyecto involucra la realización de un conjunto de actividades que se inician con su definición y delimitación para luego de su evaluación aprobar el proyecto que será ejecutado posteriormente y que será sometido al final de su vida a una evaluación ex-post y post-posterior, con cuyas conclusiones se podrá orientar nuevos proyectos.

Al hablar del ciclo de un proyecto se presentan algunas versiones originadas principalmente por el manejo de la terminología y cronología de actividades.

Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y en ellas debe estar involucrado todo el equipo proyectista y la estructura del ciclo debe aceptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza sino en una lógica de progresión.

⁵ BACA Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS-Sexta Edición-Año 2010-Pag 2

⁶ Ing. PASACA Mora Manuel-FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS-Pag. 18

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión y
- Operación

Las etapas constituyen el orden cronológico de realización del proyecto, en las mismas que se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo.

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.⁷

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

ESTUDIO DE MERCADO

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

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

El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y le estudio de la comercialización.⁸

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.

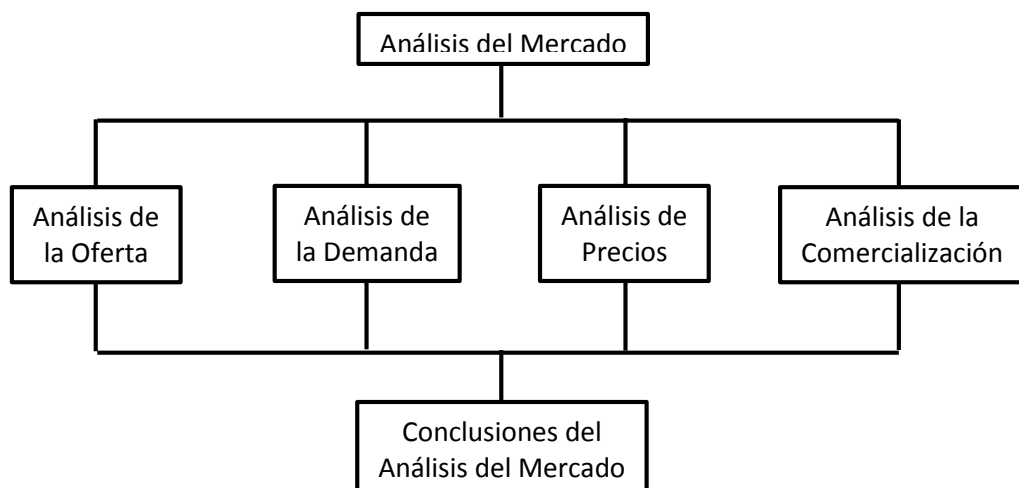
⁷ BARRENO, Luis; "MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS", Primera edición, Ecuador, 2011. Pag. 36

⁸ IBID (2)- Pag. 7

- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de la nueva unidad de producción, que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre el de ser o no aceptado en el mercado.

ANÁLISIS DEL MERCADO⁹

Para el análisis del mercado se reconoce cuatro variables fundamentales que conforman la estructura mostrada en la siguiente figura.



SEGMENTACIÓN DE MERCADO: Es el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad.¹⁰ El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva.¹¹

- Identifica las bases para segmentar el mercado: Segmentación geográfica (*nación, regiones, provincias ciudades, barrios etc*), segmentación

⁹ IBID (2)-Pag. 13

¹⁰ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

¹¹ MODULO IV UNL-EL PROCESO DE LA MERCADOTECNIA Y LA GESTION DE COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS 2010, Pag. 30-31.

demográfica (*edad, sexo, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, educación, religión, raza, nacionalidad*), segmentación psicográfica (*clase social, estilo de vida, personalidad*), segmentación relacionada con el producto (*Información estadística*), segmentación según el comportamiento (*compras ocasionales, tipos de usuario y frecuencia de uso*)

- Desarrolla los perfiles de los segmentos resultantes (Descubrir variables para agrupar segmentos)
- Desarrolla mediciones del atractivo de los segmentos (Sabes cuál es el valor comercial para mi empresa).
- Selecciona los segmentos meta (Seleccionar prioridad).

No existe una sola forma de segmentar un mercado. Se deben probar diferentes variables de segmentación, independientes o combinadas.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones de mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto. ¹²

PRODUCTO¹³

Es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para propósitos de intercambio, la satisfacción de necesidades o deseos y para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)

¹² IBID (2)-Pag. 13

¹³ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>

PRODUCTO PRINCIPAL: Es la descripción pormenorizada del producto(s) que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características.¹⁴

PRODUCTO SECUNDARIO: Aquí se describe a los productos que se obtienen con los residuos de la Materia Prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita. Un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios.

PRODUCTOS SUSTITUTOS: Se hace una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA¹⁵

El principal propósito que persigue es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como el de establecer la posibilidad de la participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

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

- **Demanda Total o Potencial:** Es la cantidad de bienes o servicios que podrían ser utilizados o consumidos.
- **Demanda Real:** Es la cantidad de bienes o servicios q se consumen o usan actualmente.
- **Demanda Efectiva:** Es la cantidad de bienes o servicios que ofrezco y que son adquiridos.

¹⁴ IBID (3) Pag. 42-43.

¹⁵ IBID (2) Pag. 15.

- **Demanda Insatisfecha:** Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad¹⁶

ANÁLISIS DE LA OFERTA¹⁷

El propósito es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

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

Así mismo es importante conocer las principales clases de oferta existente y para ello se distingue las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado:

- **De Libre Mercado:** en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y precio. No hay dominio de mercado.
- **Oligopólica:** En el cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- **Monopólica:** En la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de calidad, cantidad y precio del producto.

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

¹⁶ CORDOVA PADILLA Marcial "FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS" Primera Edición 2008, Bogotá-Colombia, Impresión Editorial Kimpres Ltda. Pag. 50

¹⁷ IBID (2) Pag. 41

Elementos de Comercialización: Para la comercialización se toma en cuenta la mezcla de mercado (marketing mix) conformada por las 4 P que son: producto, precio, plaza y publicidad.

- **Producto:** es un bien o servicio que se considera capaz de satisfacer una necesidad o deseo.
- **Plaza:** Es aquella que incluye los canales de distribución.
- **Promoción:** este sirve para informar, persuadir o recordar al mercado sobre la organización y sus productos.
- **Precio:** Valor monetario que se da a cambio de un bien o servicio

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA¹⁸

Para la aplicación de cualquier instrumento de recolección de información es importante determinar si se trabajara con toda la población o con una parte de ella. Se debe aclarar que la cantidad de encuestas a aplicarse no garantiza la calidad de información, solo garantizan la calidad y responsabilidad del investigador. Para determinar el tamaño de la muestra existen varias fórmulas y una de las más aconsejadas y de más práctica aplicación es la siguiente:

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

n= Tamaño de La Muestra

e=Margen de error al 5%

N=Población Total

Z=Nivel de Confianza

P=Probabilidad de éxito

Q=Probabilidad de fracaso

N-1=Factor de corrección

ESTUDIO TÉCNICO

Uno de los aspectos que mayor atención requiere, es el estudio técnico que

¹⁸ IBID (3) Pag. 38

supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de todo orden financiero.

TAMAÑO DE LA EMPRESA¹⁹

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

Desde el principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto; la forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación de un servicio por unidad de tiempo; si se trata por ejemplo, de una fábrica de tela seria, entonces el número de metros producidos en un mes o un año, etc.

Por otro lado es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del proyecto, podemos distinguir tres situaciones:

Capacidad teórica: se la determina en base a las especificaciones técnicas que tiene el componente tecnológico, se considera lo que los fabricantes manifiestan, puede hacer la maquinaria.

Capacidad Utilizada: Es la fracción de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria.

Capacidad Instalada: corresponde a la capacidad máxima disponible que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado.

FACTORES CONDICIONANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Al definir la magnitud del proyecto es preciso adelantar algunas consideraciones

¹⁹ MIRANDA Miranda Juan José-GESTIÓN DE PROYECTOS-Identificación-Formulación-Evaluación Financiera-Económica-Social-Ambiental-Cuarta Edición 2003-Pag. 118

en torno a; la dimensión del mercado a la capacidad financiera de los promotores del proyecto, a la disponibilidad de insumos, a la existencia y eficiencia suministros de servicios, a la situación del transporte, a aspectos de tipo institucional (legislación, política económica, a planes de desarrollo, programas sectoriales, regionales o locales), a la capacidad de gestión, a la localización del proyecto, etc.

LOCALIZACIÓN²⁰

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

Dependiendo de las particularidades de cada proyecto, su localización puede ser objeto de detallados y prolijos estudios o, por el contrario, esta puede ser predeterminada espontáneamente, ya en muchos casos la razón misma del proyecto es el resultado de una ventajosa ubicación.

Contrario a lo anterior, y para la gran mayoría de los proyectos, el estudio de su ubicación final tiene un alto grado de sensibilidad con respecto a los resultados financieros y socioeconómicos del mismo. En efecto la decisión de localización de un proyecto tienen repercusiones de orden económico y social de largo plazo, por lo tanto su estudio supone un análisis integrado con otras variables del proyecto Tales como: mercado, transporte, políticas de estímulos, restricciones financieras, etc.

Micro localización: Tiene como propósito seleccionar el sitio puntual para la instalación del proyecto, luego, su representación gráfica es realizada en planos urbanísticos

Macro localización: Ubicación de la empresa dentro de un mercado local, frente a un mercado de posible incidencia regional o internacional, para su

²⁰ IBID (16) Pag.122

representación se recurre al apoyo de mapas geográficos o políticos.

INGENIERÍA DEL PROYECTO²¹

Es la forma técnica de disponer de la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos de la empresa para facilitar la circulación de los materiales.²²

COMPONENTE TECNOLÓGICO: La primera inversión que se debe calcular incluye todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento operativo, administrativo y comercial del proyecto. En esta etapa no interesa definir si convendrá obtenerlos mediante una compra o un arriendo, ya que su objetivo es recolectar información.²³

La mayoría de las veces que se va evaluar un proyecto, la configuración de los equipos y la tecnología ya están decididas, sin embargo es importante considerar una serie de variables para asegurar una selección adecuada del equipo y del proveedor:

- La identificación de todos los proveedores pertinentes, para comparar las cotizaciones y las calidades del servicio de venta y post venta;
- Las características y dimensiones de los equipos, para determinar la viabilidad técnica de su instalación en el lugar previsto o el requerimiento del espacio y obra física que se deberá construir u reacondicionar.
- Las capacidades del diseño para no optar por un equipo sobre o subdimensionado, que podría generar “cuellos de botella” o tener exceso de capacidad ociosa.
- El nivel de especialización y calificación del personal, para estimar el costo de las remuneraciones o la inversión en su capacitación.

²¹ IBID (1) Pag. 97

²³ IBID (1) Pag. 98

- Mantenimiento y operación y su vida útil para determinar si conviene optar, por ejemplo, por una tecnología más cara, pero con un plazo de reposición mayor;
- La necesidad de equipos auxiliares;
- El costo de instalación y puesta en marcha;
- Las garantías y el servicio técnico posventa.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA: Conocida la cantidad de equipos y su distribución física más adecuada, se determinan los requerimientos de espacios para su instalación, así como los de los lugares para bodegaje, las salas de descanso o alimentación para el personal, vías de tránsito, salas de esperas, baños, estacionamientos, casetas de vigilancia, etc. Además la inversión necesaria en construcción soportante de los ítems anteriores La distribución del área como de la maquinaria y equipos debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo de una operación eficiente y cuidando la seguridad para el trabajador.

PROCESO PRODUCTIVO: describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio; debe incluirse el flujo grama de procesos es decir representar gráficamente indicando los tiempos necesarios para cada fase.

DISEÑO DE PRODUCTO: el producto originario del proyecto reúne las características necesarias para el usuario para lograr la satisfacción de una necesidad.

DIAGRAMA DEL FLUJO DE PROCESOS: Es un diagrama de flujo donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas dicha simbología es la siguiente:²⁴

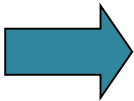
²⁴ IBID (2) Pag. 92

SIMBOLOGÍA:



Operación

Efectúa un cambio o transformación en algún componente, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos. Además es el método, acto, proceso o efecto a utilizar.



Transporte

Es el traslado de bienes de un lugar a otro. El transporte es una actividad fundamental que consiste en colocar los productos de importancia en el momento preciso y en el



Almacenamiento

Se refiere a almacenar los productos en un lugar adecuado, para que los mismos no se deterioren ni se dañen, y tengan mayor duración para su comercialización.



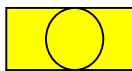
Inspección

La inspección consiste en examinar, medir, contrastar o ensayar las características de calidad de un producto o servicio para determinar su conformidad con los requisitos especificados. También podemos entenderla la actividad de detectar características no conformes, para lo cual previamente debemos hacer un **Análisis de Fallas**.



Demora










Es el proceso en donde hay que esperar un turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.



**Activada
Combinada**

Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

FASES	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN E INSPECCIÓN	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO (MINUTOS)
1	Actividad 1							n min
2	Actividad 2							n min
3	Actividad 3							n min
4	Actividad 4							n min
5	Actividad 5							n min
6	Actividad 6							n min
7	Actividad 7							n min
8	Actividad 8							n min
n	Actividad n							n min
TOTAL								N total min

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL²⁵

Toda empresa para empezar a operar con total normalidad debe cumplir específicamente con lo establecido por la ley; y la estructura organizativa debe ir en concordancia con los requerimientos básicos que exija su ejecución.²⁶

²⁵ IBID (16) -Pag. 129

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

- ✓ **Acta constitutiva:** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- ✓ **La razón social o denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- ✓ **Domicilio:** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.²⁷
- ✓ **Objeto de la sociedad:** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- ✓ **Capital social:** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS²⁸

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

²⁷ Sapag Chairl, Nassir y Reinaldo; PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; Mc-Graw Hill, Tercera edición

²⁸ RAMIREZ Torres Carlos -MANUAL DE PRÁCTICA SOCIETARIO-Segunda Edición. Pag. 210

DE LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

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

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

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

Requisitos de Forma

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

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía de responsabilidad limitada deberá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley, excepción hecha de operaciones de bancos, seguros, capitalización y ahorro.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operaciones de la empresa es, la estructura organizativa con que está cuenta, ya que una buena organización permite

asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

NIVELES JERARQUICOS

- ✓ **Nivel Legislativo-Directivo:** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y los reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios o Junta General de Accionistas luego los mismos que eligen a un Presidente.
- ✓ **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- ✓ **Nivel Asesor:** Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.
- ✓ **Nivel Operativo:** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, tareas de venta, o todo lo relacionado con las tareas de comercialización o tareas de marketing.
- ✓ **Nivel de Apoyo:** Ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

ORGANIGRAMAS: Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre

las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo.²⁹

- ✓ **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, es decir la departamentalización, lo cual permite conocer de una manera efectiva sus partes integrantes.
- ✓ **Organigrama Funcional:** Consiste en representar las funciones básicas de cada uno de los departamentos.
- ✓ **Organigrama Posicional:** Sirve para representar la distribución del personal, así, como de cuál es la remuneración que perciben.

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

- ✓ Relación de dependencia
- ✓ Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)
- ✓ Naturaleza del trabajo
- ✓ Tareas principales
- ✓ Tareas secundarias
- ✓ Responsabilidades
- ✓ Requerimiento para el puesto.

ESTUDIO FINANCIERO³⁰

En este rubro deberán cuantificarse los recursos monetarios necesarios para la implantación y puesta en marcha del proyecto, y que constituyen el activo fijo o

29 Ken Blanchard, Alan Randolph, Peter Grazier, Recursos Humanos, Colección Habilidades Directivas, Editorial Deusto, año 2012. Pag. 98

³⁰ IBID (2) Pag. 137

inversiones fijas, el activo diferido y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción y ventas a los que generalmente se les llama capital de trabajo.

INVERSIONES

Las inversiones financieras son las inversiones que las empresas realizan en el mercado financiero para obtener algunas rentabilidades.

INVERSIONES EN ACTIVO FIJO

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos.

TERRENOS

La cuenta terrenos (dentro del activo fijo) significa el valor de la tierra, donde tenemos instalada nuestra empresa y donde se han levantado las edificaciones.

EDIFICIOS

Cuando la incluimos dentro del activo fijo, representa el valor de construcción de los edificios, plantas comerciales o industriales, etc.

MAQUINARIA

En las empresas de tipo industrial (fabricación de productos) y en determinadas empresas de servicios.

MUEBLES Y ENSERES

La cuenta Muebles y Enseres, también denominada Mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas, archivos, etc.

EQUIPOS DE OFICINA

Controlará la inversión en computadoras, calculadoras, procesadores de palabras, máquinas de escribir, fotocopadoras, etc.

VEHÍCULOS

Vehículos de propiedad de la empresa, destinados al transporte de personas o carga.

ACTIVOS DIFERIDOS³¹

Son los gastos realizados por la empresa, y que unas veces pagadas no son recuperables o reembolsables.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN: Pagos que efectúa una empresa, antes de iniciar sus operaciones comerciales.

GASTOS DE INVESTIGACIÓN: Gastos que realiza la empresa por pagos a profesionales para conocer mercados, analizar la situación socio-económica de la población de la cual van dirigidas las actividades de la empresa, al iniciar o ampliar el negocio.

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo.

FINANCIAMIENTO

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

- **LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNO**

Estas provienen principalmente de las aportaciones de capital que realizan los

³¹ IBID(3) Pag. 69

accionistas, ya bien pueden aportar al inicio del negocio o en un tiempo determinado durante la vida de la misma.

- **LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO EXTERNO**

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

ANÁLISIS DE COSTOS³²

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

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

a. MATERIAS PRIMAS: Representan el punto de partida de la actividad manufacturera, por constituir los bienes sujetos a transformación.

b. MANO DE OBRA: Representa el factor humano que interviene en la producción, sin el cual, por mecanizada que pudiera estar una industria, sería imposible realizar la transformación.

DIVERSAS EROGACIONES, CONSUMOS, DEPRECIACIONES, AMORTIZACIONES Y APLICACIONES FABRILES. Se les denomina gastos de fabricación, cargos indirectos de producción o simplemente cargos indirectos.

³² IBID (3) Pag. 70

MATERIAS PRIMAS INDIRECTAS UTILIZADAS

- a. **MANO DE OBRA INDIRECTA EMPLEADA:** Sueldos y prestaciones de los altos funcionarios de la fábrica, de jefes de departamentos fabriles, de empleados administrativos fabriles, etc.
- b. **EROGACIONES INDIRECTAS DE FABRICACIÓN:** Renta, alumbrado, fuerza, calefacción, erogaciones de troqueles, erogaciones de herramientas, conservación y mantenimiento, reparaciones exteriores y diversas erogaciones fabriles.
- c. **DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS FABRILES:** Del edificio de la fábrica, de la maquinaria y equipo, del equipo de transporte interno, del mobiliario y equipo de las oficinas de la fábrica, de los troqueles.
- d. **AMORTIZACIONES DE CARGOS DIFERIDOS FABRILES:** De gastos de instalación de la fábrica, de gastos de adaptación fabriles.
- e. **APLICACIONES DE GASTOS FABRILES PAGADOS POR ANTICIPADO:** Consumo de útiles de escritorio y papelería dentro de la fábrica, aplicación del impuesto predial o de la renta pagada por anticipado, aplicación de las primas de seguro contra incendio del edificio, maquinaria y equipo fabril, aplicación de las primas de seguro contra incendio de las materias primas, aplicación de las primas de seguros contra accidentes a los trabajadores.

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

COSTOS DE OPERACIÓN³³

Los gastos de operación también son conocidos como gastos indirectos, ya que

³³ IBID (3) Pag. 72

suponen aquellos gastos relacionados con el funcionamiento del negocio pero no son inversiones (como la compra de una máquina).

GASTOS DE VENTAS: Controlará todos los costos ocasionados por la venta de los bienes o servicios realizados por la empresa.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN: Los gastos de administración son de la misma naturaleza que la cuenta anterior, pero en este caso controlará los costos ocasionados por concepto de administración.

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

OTROS GASTOS: Se registran en estas cuentas los gastos que no corresponden a las actividades fundamentales de la empresa, ni se consideran gastos financieros, pérdidas, faltantes, ni gastos de años anteriores.

COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN

Son todos los costos relacionados con la producción de un bien, son la suma de los fijos y los variables.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN: Se conoce como costo unitario, el valor de un artículo en particular.

EL PRECIO: Son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

METODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

INCREMENTO SOBRE EL COSTE MARGINAL: Añadiendo al coste marginal (coste de producir una unidad más), una cierta cantidad. Así cubre totalmente los

costes variables y permite una mayor flexibilidad, para fijar precios más competitivos en las situaciones que sean necesarios.

CLASIFICACION DE COSTOS³⁴

COSTOS VARIABLES: Son aquellos que cambia o Fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Ejemplo Materia prima, comisiones etc.

COSTOS FIJOS: Son los que permanecen constantes durante un periodo determinado sin importar si cambia el volumen. , los salarios, depreciación, alquiler etc.

PRESUPUESTO FINANCIERO

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

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS³⁵

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

EL PUNTO DE EQUILIBRIO O PUNTO DE RUPTURA³⁶

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

³⁴ <http://www.slideshare.net/albertojea/elementos-del-costoy-clasificacion>

³⁵ IBID (2) Pag. 150

³⁶ IBID (2) Pag. 148

EVALUACIÓN FINANCIERA

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

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

FLUJO DE CAJA: Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de los activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.³⁷

VALOR ACTUAL NETO³⁸

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

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

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

- Si el VAN es positivo y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.

³⁷ IBID(3) Pag. 88

³⁸ MÓDULO V-LA GESTIÓN DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS 2010-2011-Pag 113-114

- Si el VAN es negativo y menor a 1 significa que es no conveniente financieramente.
- Si el VAN es igual a 1 significa que es indiferente su realización.

TASA INTERNA DE RETORNO

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

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.³⁹
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital, la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

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

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

En donde:

NTIR = Tasa Interna de Retorno

T_m = Tasa menor

DT = Diferencia de tasas

VAN = Valor actual Neto

³⁹ IBID (3) Pag. 94

TM = tasa mayor

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

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL⁴⁰

Se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la

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

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

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

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

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

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La TIR obtenida para el proyecto se da lugar solamente si se cumplen los pronósticos anuales de ventas. Con el análisis de sensibilidad se determina cuál es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo económicamente rentable. El objetivo fundamental del análisis de sensibilidad es

⁴⁰ SAPAG Chain Nassir-PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS 2da Edición-Pag 282

medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

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

Con los flujos anteriores se tiene que obtener el valor presente neto y la TIR, tomando en cuenta el rendimiento esperado por el inversionista. En base a los resultados obtenidos se analizará el rendimiento de la inversión y sus riesgos para así tomar una decisión sobre bases firmes.⁴¹

FORMULA:

Nueva TIR

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

Diferencia de TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

Porcentaje De Variación

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

Valor de sensibilidad

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

⁴¹ IBID (18) Pag 128

e. MATERIALES Y MÉTODOS

En el desarrollo del proyecto de investigación denominado; **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA**, se ha utilizado los siguientes: métodos, técnicas y recursos.

MATERIALES Y RECURSOS

- **Materiales**
 - ✓ **Útiles de oficina:** Hojas, libros, Esferográficos, carpetas, perfiles y anillados e impresiones.
 - ✓ **Equipo de oficina:** Computador (internet), memoria flash.
- **Humanos:** Integrantes del grupo, Director de tesis, población masculina de la ciudad de Loja comprendidas entre las edades de 15 hasta 35 años y Gerentes Propietarios de “**Boutiques y Almacenes de Ropa**”.

MÉTODOS

- **MÉTODO INDUCTIVO:** Es un proceso que parte de lo particular a lo general. Ayudo a determinar y analizar el comportamiento de la demanda y oferta del producto (camisas Slim-Fit) que se pretende incorporar en el mercado local, información que se la obtuvo de primera mano a través de la aplicación de encuestas y entrevistas a la población de la ciudadanía lojana.
- **MÉTODO DEDUCTIVO:** Va de lo general a lo particular partiendo de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir para luego aplicarlo a casos individuales. Se toma en cuenta los conocimientos adquiridos para la realización, comprensión y análisis de cada elemento que compone el estudio técnico y administrativo (*localización, tamaño, ingeniería de proyecto, procesos productivos, base legal, estructura empresarial*) con la finalidad de tomar una decisión acertada. También permitió la realización del estudio financiero para determinar costos totales y por último la

ejecución de una evaluación financiera para determinar la viabilidad económica que tendrá el proyecto.

TÉCNICAS

- **TÉCNICA DE LA OBSERVACIÓN.** Por medio de esta técnica se determinó cómo es el medio en donde se desarrolla las empresas (competencia), la cual permitió obtener una recopilación de datos e información de hechos y realidades con el producto a investigar.
- **TÉCNICA DE LA ENTREVISTA.** Con esta técnica se obtuvo la información mediante un sistema de preguntas a través de la interrelación y participación de actores involucrados. Es de gran ayuda en el proceso investigativo ya que se puede tener un contacto físico con personas conocedoras del tema en mención.
- **TÉCNICA DE LA ENCUESTA.** Instrumento cuantitativo de investigación social mediante la consulta a un grupo de personas elegidas, se realizó con ayuda de un cuestionario (población masculina de la ciudad de Loja comprendida entre la edad de 15-35 años). Esta técnica se la utilizo en los demandantes (clientes o usuarios).

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

El INEC cuenta con información detallada para la determinar y proyectar la población base de estudio del presente proyecto (Población masculina de la ciudad de Loja comprendida entre las edades de 15-35 años).

CUADRO N° 1
POBLACION MASCULINA DE 15 -39 AÑOS DE EDAD 2010 EN LA CIUDAD DE LOJA

PARROQUIAS	POBLACIÓN AÑO 2010	HOMBRES 2010	HOMBRES 15-35 2010
Sucre	69.388	33.070	14.489
El Sagrario	15.162	6.994	2.965
El Valle	30.695	14.772	6.379
San Sebastián	55.035	26.639	12.027
TOTAL	170.280	81.475	35.860

Fuente: INEC (Último Censo Poblacional 2010, Ciudad de Loja)

$$Px = Pb(1 + i)^n \qquad i = \frac{T.C.}{100}$$

Dónde:

Px= Población Futura

Pb= Población Base

I= Incremento Poblacional

T.C. = Tasa de Crecimiento Poblacional

Desarrollo de las Fórmulas

$$Px = Pb(1 + i)^n \qquad i = \frac{T.C.}{100}$$

$$Px = 35.860(1 + 0,0265)^3 \qquad i = \frac{2,65}{100}$$

$$\qquad \qquad \qquad i = \mathbf{0,0265}$$

$$Px = 35.860(1,08163)$$

$$Px = 38.788$$

Para determinar el Tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= Tamaño de La Muestra

e=Margen de error al 5%

N=Población Total

Z=Nivel de Confianza

P=Probabilidad de éxito

Q=Probabilidad de fracaso

N-1=Factor de corrección

Para el cálculo del tamaño de muestra a aplicarse, se tomó la población masculina de la ciudad de Loja comprendida entre las edades de 15 – 35 años, que es de 38.788, según datos proyectados y obtenidos del INEC, información fundamentada del último censo poblacional 2010.

Desarrollo de la Fórmula Matemática para el Tamaño de la Muestra:

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

$$n = \frac{38.788 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(38.788 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{38.788 * 3,8416 * 0,25}{0,0025 (38.787) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{37.251,9952}{96,9675 + 0,9604}$$

$$n = \frac{37.251,9952}{97,9279} \qquad n = 380$$

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

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

PARROQUIAS	POBLACIÓN AÑO 2010	POBLACIÓN AÑO 2013	HOMBRES 2010	HOMBRES 2013	HOMBRE 15-35 2010	HOMBRES 15-35 2013	PARTICIPACIÓN %	N° ENCUESTAS
Sucre	69.388	75.052	33.070	35.769	14.489	15.672	40,40	154
El Sagrario	15.162	16.400	6.994	7.565	2.965	3.207	8,27	31
El Valle	30.695	33.200	14.772	15.978	6.379	6.900	17,79	68
San Sebastián	55.035	59.527	26.639	28.813	12.027	13.009	33,54	127
TOTAL	170.280	184.179	81.475	88.125	35.860	38.788	100	380

Fuente: INEC (Último Censo Poblacional 2010, Ciudad de Loja)

Elaboración: Los Autores

Como se puede apreciar en el cuadro N° 2 la primera parroquia (**Parroquia Sucre**) cuenta con una población masculina de 15 a 35 años de edad en el año

2013 de 15.672 con una participación de 40,40% y a su vez le corresponde 154 encuestas. La segunda parroquia (**Parroquia El Sagrario**) cuenta con una población de 3.207 y con una participación de 8,27% la cual le corresponde 31 encuestas. La tercera parroquia (**Parroquia El Valle**) con una participación de 6.900 hombres de 15-35 años de edad con una participación de 17,79% la que a su vez le corresponde 68 encuestas, y por último la cuarta parroquia (**San Sebastián**) cuentan con una población de 13.009 y con una participación de 33,54% y le corresponde 127 encuestas.

Luego se realizó la distribución poblacional en base al actual sistema que maneja el Ilustre Municipio de Loja y el INEC en la ciudad de Loja, sistema que es basado por zonas y esto a su vez por sectores, esto para que no se duplique la información y sea realmente representativa de la población de estudio, que está conformada por la población masculina comprendida entre las edad de 15-35 años de edad. **Ver Anexo Nº 2.**

f. RESULTADOS

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN MASCULINA COMPRENDIDA ENTRE LOS 15-35 AÑOS DE LA CIUDAD DE LOJA

1. DATOS INFORMATIVOS

CUADRO N° 3

EDAD

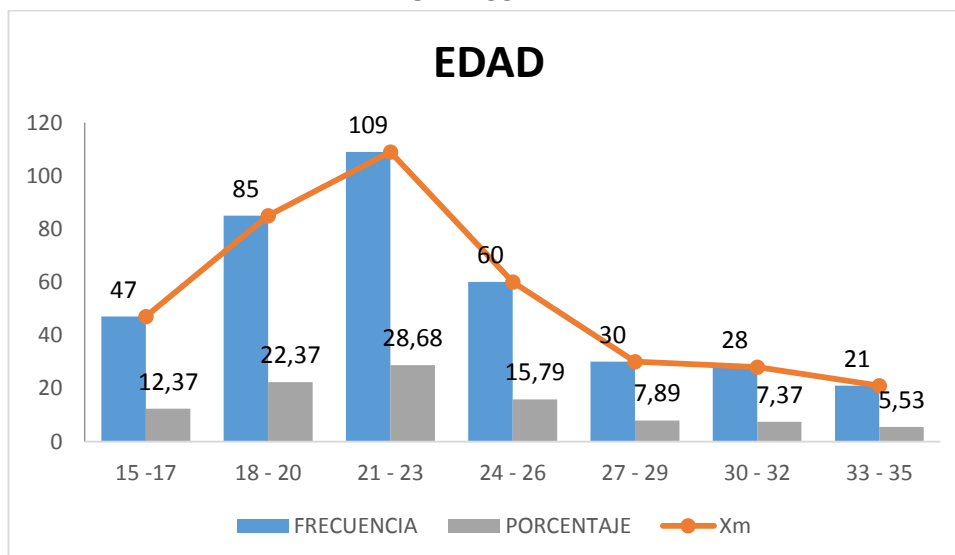
INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
15 - 17	47	16	752	12,37
18 - 20	85	19	1.615	22,37
21 - 23	109	22	2.398	28,68
24 - 26	60	25	1.500	15,79
27 - 29	30	28	840	7,89
30 - 32	28	31	868	7,37
33 - 35	21	34	714	5,53
TOTAL	380		8.687	100

Fuente: Pregunta N°1-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

$$\bar{X} = \frac{\sum X_m * F}{n}$$

Media= 23 Años (Promedio Edad)

GRÁFICO N° 1



Fuente: Pregunta N°1-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la población masculina de la ciudad de Loja que comprenden entre

las edades de 15 a 35 años, se determinó a través de un proceso matemático el promedio de edad, demostrando que la mayoría de la población objeto de estudio comprende una edad promedio de 23 años con una participación del 28,68%. Dato importante que sirve para saber las tallas a confeccionar dado que los caballeros comprendidos en la edad de 23 por lo general son una talla *Medium*

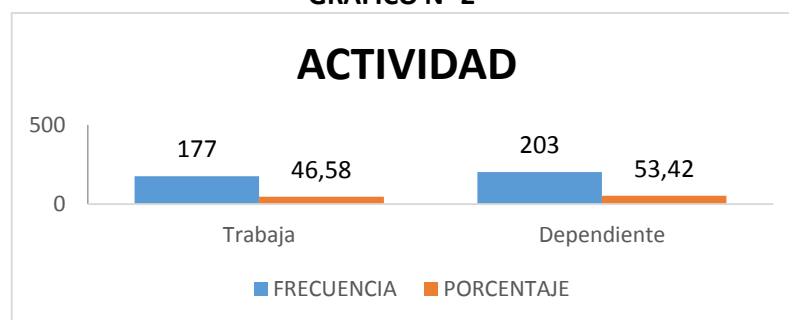
CUADRO N° 4
ACTIVIDAD

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabaja	177	46,58
Dependiente	203	53,42
TOTAL	380	100

Fuente: Pregunta N°1-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 2



Fuente: Pregunta N°1-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las encuestas aplicadas a la población masculina de la ciudad de Loja que comprenden entre las edades de 15 a 35 años, se determinó que el 53,42 % son hombre que dependen económicamente de otra (s) persona(s), mientras que el 46,58% se dedica a una actividad económica o trabajo. Esta pregunta ayuda a determinar el origen de la capacidad económica y estabilidad que mantiene, por lo tanto por el resultado obtenido se evidencia que la mayor parte de la población masculina depende de alguien para obtener ingresos económicos.

2. ¿Cuál es su capacidad económica promedio mensual?

CUADRO N° 5

CAPACIDAD ECONOMICA PROMEDIO MENSUAL

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
101 - 200	138	150,50	20769	36,32
201 - 300	78	250,50	19539	20,53
301 - 400	64	350,50	22432	16,84
401 - 500	17	450,50	7658,5	4,47
501 - 600	10	550,50	5505	2,63
601 - 700	8	650,50	5204	2,11
701 - 800	10	750,50	7505	2,63
801 - 900	7	850,50	5953,5	1,84
901 - 1000	9	950,50	8554,5	2,37
1001 - 1100	4	1050,50	4202	1,05
1101 - 1200	2	1150,50	2301	0,53
1201 - 1300	7	1250,50	8753,5	1,84
1301 - 1400	7	1350,50	9453,5	1,84
1401 - 1500	7	1450,50	10153,5	1,84
1501 - 1600	3	1550,50	4651,5	0,79
1601 - 1700	9	1650,50	14854,5	2,37
TOTAL	380		157490	100

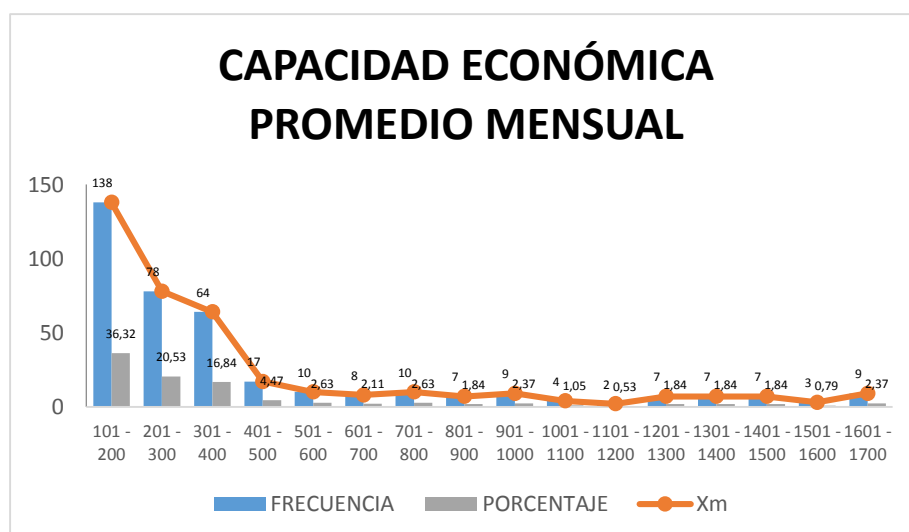
Fuente: Pregunta N°2-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

$$\bar{X} = \frac{\sum Xm * F}{n}$$

Media	414,45 USD Promedio Mes
-------	-------------------------

GRÁFICO N° 3



Fuente: Pregunta N°2-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de la población objeto de estudio, se observa que el 36,32% equivalente a 138 hombres (15-35 años de edad) posee una capacidad económica promedio mensual de 101-200 dólares. Seguido del 20,53% con una capacidad económica comprendida entre 201-300 dólares, el 16,84% cuenta con una capacidad económica promedio de 301-400 dólares y un 4,47% que posee una capacidad promedio mensual de 401-500 dólares. Lo cual da una mediana de 414,45 dólares, esto significa que el promedio está por encima del sueldo básico lo que les permite a la mayoría de los hombres cubrir sus necesidades.

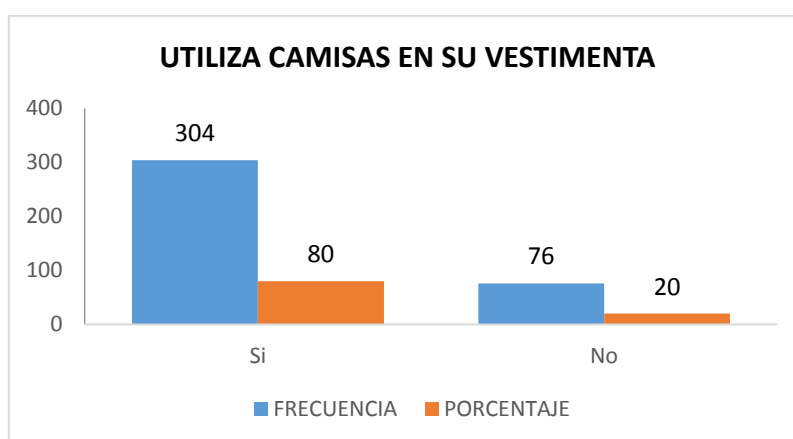
3. ¿Utiliza usted “camisas” como parte de su vestimenta?

**CUADRO N° 6
UTILIZA CAMISAS**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	304	80
No	76	20
TOTAL	380	100

Fuente: Pregunta N°3-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 4



Fuente: Pregunta N°3-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objeto de estudio se obtuvo los siguientes resultados: el 80% representado por 304 hombres, si utilizan la camisa como parte de su vestimenta, mientras que el 20% equivalente a 76 personas, no utilizan esta prenda de vestir.

4. ¿Utiliza el modelo de la camisa Slim-Fit? (camisa ajustada)

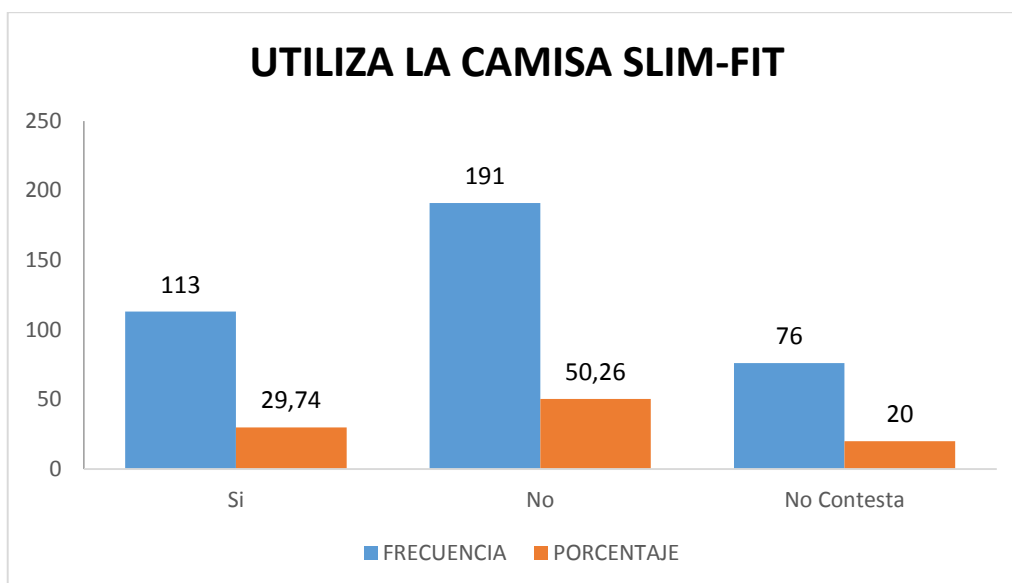
**CUADRO N° 7
UTILIZA CAMISA SLIM-FIT**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	113	29,74
No	191	50,26
No Contesta	76	20
TOTAL	380	100

Fuente: Pregunta N°4-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 5



Fuente: Pregunta N°4-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de la población objeto de estudio, el 29,74% equivalente a 113 personas si utiliza este modelo de camisa Slim-Fit, mientras que el 50,26% representado por 191 hombres no utilizan este modelo de prenda, pero si utilizan la camisa como parte de su vestimenta, de esta información obtenida un 20% equivalente a 76 personas no contestan esta pregunta debido a que no utilizan la camisa como parte de su vestimenta. Como se especifica en la pregunta 3.

5. ¿Cuál es el tiempo con que compra camisas y a su vez que cantidad adquiere?

CUADRO N° 8
TIEMPO Y CANTIDAD DE COMPRA DE CAMISAS

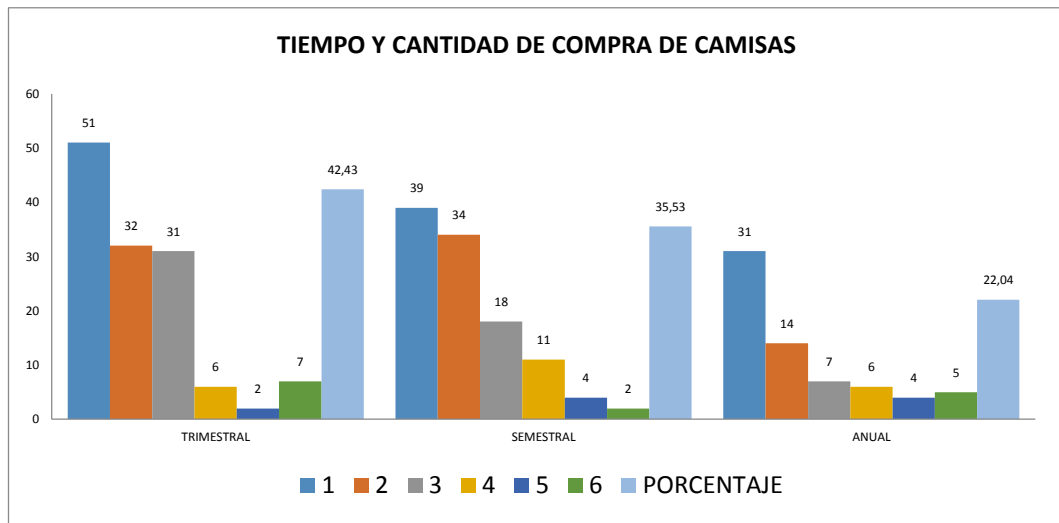
CANTIDAD	1	2	3	4	5	6	TOTAL	PORCENTAJE
TRIMESTRAL	51	32	31	6	2	7	129	42,43
SEMESTRAL	39	34	18	11	4	2	108	35,53
ANUAL	31	14	7	6	4	5	67	22,04
TOTAL							304	100

Fuente: Pregunta N°5-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

TRIMESTRAL	51	64	93	24	10	42	284	1136
SEMESTRAL	39	68	54	44	20	12	237	474
ANUAL	31	28	21	24	20	30	521	521
TOTAL							1042	2131

Promedio	7 promedio por persona anual
-----------------	------------------------------

GRÁFICO N° 6



Fuente: Pregunta N°5-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los datos obtenidos se obtuvo los siguientes resultados: El 42,43% de los hombres prefiere comprar las camisas de forma trimestral, El 35,53% de los caballeros compran las camisas de forma semestral, El 22,04% adquieren esta prenda de vestir de forma anual. Por lo tanto la mayor frecuencia de compra se sitúa en 1 unidad en cualquiera de los periodos de tiempo determinados. En concreto cada hombre de la ciudad de Loja adquiere un promedio de 7 camisas al año.

6. ¿Cuál es el motivo u ocasión del uso de la camisa?

CUADRO N° 9

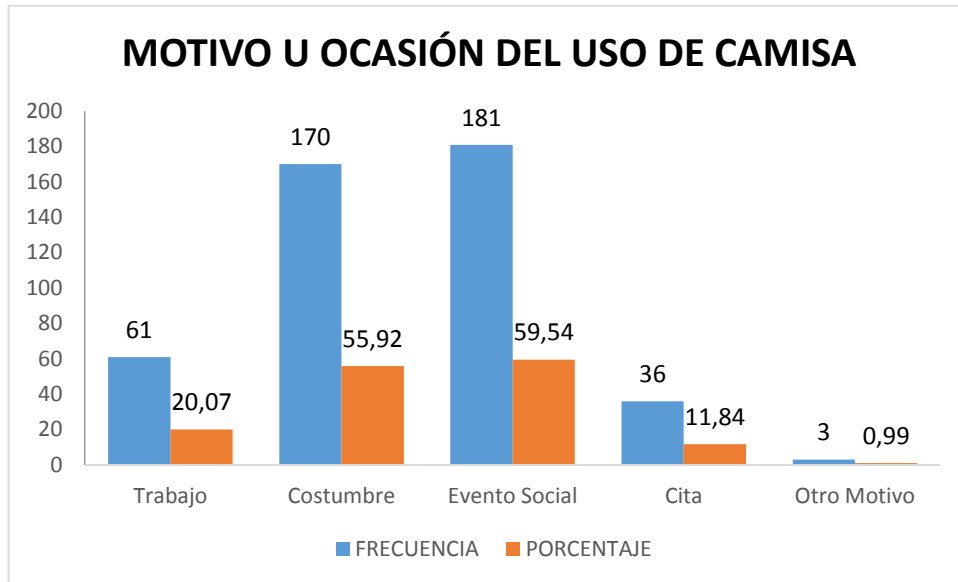
MOTIVO U OCASIÓN DEL USO DE LA CAMISA

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENCU	PORCENTAJE
Trabajo	61	304	20,07
Costumbre	170	304	55,92
Evento Social	181	304	59,54
Cita	36	304	11,84
Otro Motivo	3	304	0,99

Fuente: Pregunta N°6-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 7



Fuente: Pregunta N°6-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida de las encuestas aplicadas, se evidencia que un 59,54% utiliza la camisa para eventos sociales, un 55,92% utiliza esta prenda de vestir por costumbre, mientras que un 20,07% la utiliza para el trabajo, pero también un 11,84% la utiliza para una cita, y un 0,99% la utiliza por otros motivos. Esto demuestra que la población masculina utiliza más la camisa, para asistir a eventos sociales que se le presente. Y también utilizan esta prenda por el hecho de que ya es una costumbre en su vestimenta.

7. Cuando usted adquiere la “Camisa”. ¿Cuánto paga por ella?

CUADRO N° 10
PAGO MÍNIMO

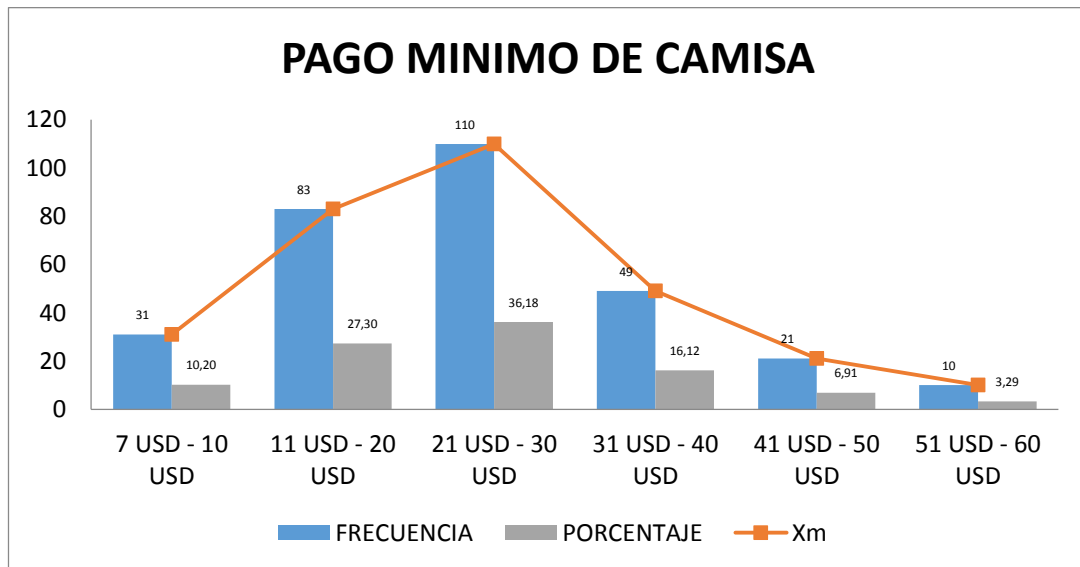
INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
7 USD - 10 USD	31	8,5	263,5	10,20
11 USD - 20 USD	83	15,5	1286,5	27,30
21 USD - 30 USD	110	25,5	2805	36,18
31 USD - 40 USD	49	35,5	1739,5	16,12
41 USD - 50 USD	21	45,5	955,5	6,91
51 USD - 60 USD	10	55,5	555	3,29
TOTAL	304		7605	100

Fuente: Pregunta N°7-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

$$\bar{X} = \frac{\sum X_m * F}{n}$$

Media	25,00 dólares pago mínimo
--------------	---------------------------

GRÁFICA N° 8



Fuente: Pregunta N°7-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos obtenidos se obtuvo los siguientes resultados: el 36,18% de los caballeros pagan como mínimo por una camisa entre 21 – 30 dólares, y un 27,30% de los hombres pagan como mínimo entre 11-20 dólares, y el 16,12% paga por la prenda entre 31-40 dólares. Lo cual significa que la población masculina está dispuesta a pagar como mínimo por

esta prenda desde 11 a 40 dólares. Por lo tanto el pago mínimo medio-promedio de la camisa es de \$ 25,00 dólares, precio accesible para toda la clientela que busque adquirir esta prenda.

CUADRO N° 11
PAGO MÁXIMO

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
7 USD - 10 USD	19	8,5	161,50	6,25
11 USD - 20 USD	46	15,5	713,00	15,13
21 USD - 30 USD	94	25,5	2397,00	30,92
31 USD - 40 USD	65	35,5	2307,50	21,38
41 USD - 50 USD	48	45,5	2184,00	15,79
51 USD - 60 USD	32	55,5	1776,00	10,53
TOTAL	304		9539,00	100

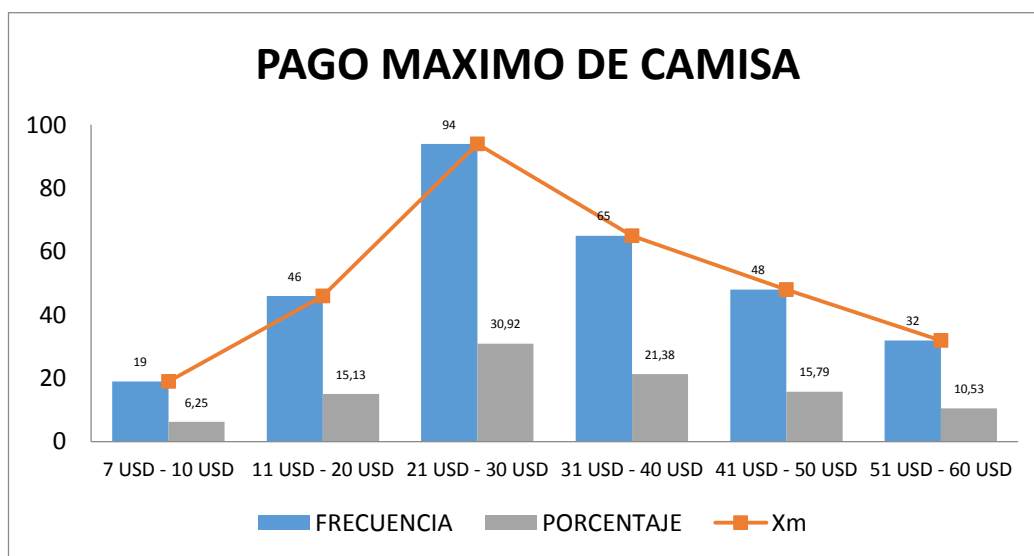
Fuente: Pregunta N°7-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

$$\bar{X} = \frac{\sum Xm * F}{n}$$

Media	31,38 dólares de pago máximo
--------------	------------------------------

GRÁFICO N° 9



Fuente: Pregunta N°7-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos obtenidos se obtuvo los siguientes resultados: el 30,92% de los caballeros pagan como

máximo por una camisa entre 21 – 30 dólares, y un 21,38% de los hombres pagan como máximo entre 31-40 dólares, y el 15,79% paga por la prenda entre 41-50 dólares. Lo cual significa que la población masculina está dispuesta a pagar como máximo por esta prenda desde 21 a 50 dólares. Por lo tanto el pago máximo medio-promedio de la camisa es de \$ 31,38 dólares, precio accesible para toda la clientela que busque adquirir esta prenda.

8. Al momento de comprar la “Camisa” en esta ciudad. ¿Qué toma en cuenta?

CUADRO N° 12

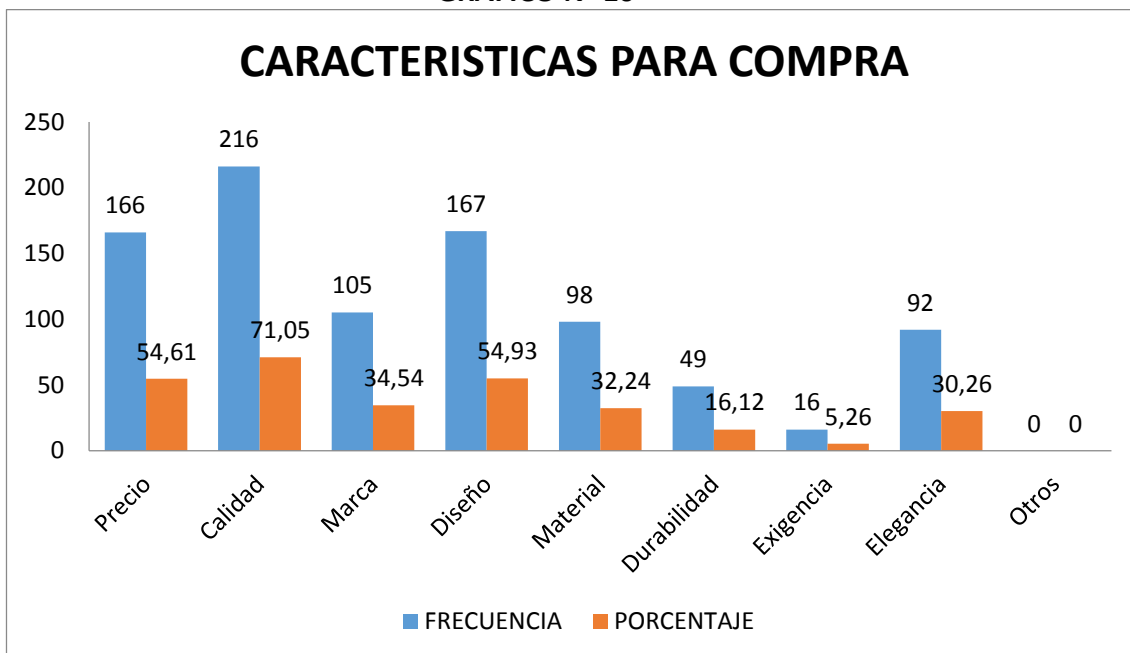
CARACTERISTICAS AL MOMENTO DE LA COMPRA

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Precio	166	304	54,61
Calidad	216	304	71,05
Marca	105	304	34,54
Diseño	167	304	54,93
Material	98	304	32,24
Durabilidad	49	304	16,12
Exigencia	16	304	5,26
Elegancia	92	304	30,26
Otros	0	304	0

Fuente: Pregunta N°8-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 10



Fuente: Pregunta N°8-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida se obtuvo los siguientes resultados: el 71,05% de los caballeros que utilizan camisas, prefiere la calidad a la hora de adquirir su prenda, en cambio 54,93% de los hombres optan por el diseño que esta tenga a la hora de adquirir, y un 54,61% prefiere el precio que esta tenga sobre cualquier otra cualidad q tenga la camisa.

9. ¿Cómo considera la calidad de la camisa que actualmente se comercializa en la ciudad de Loja?

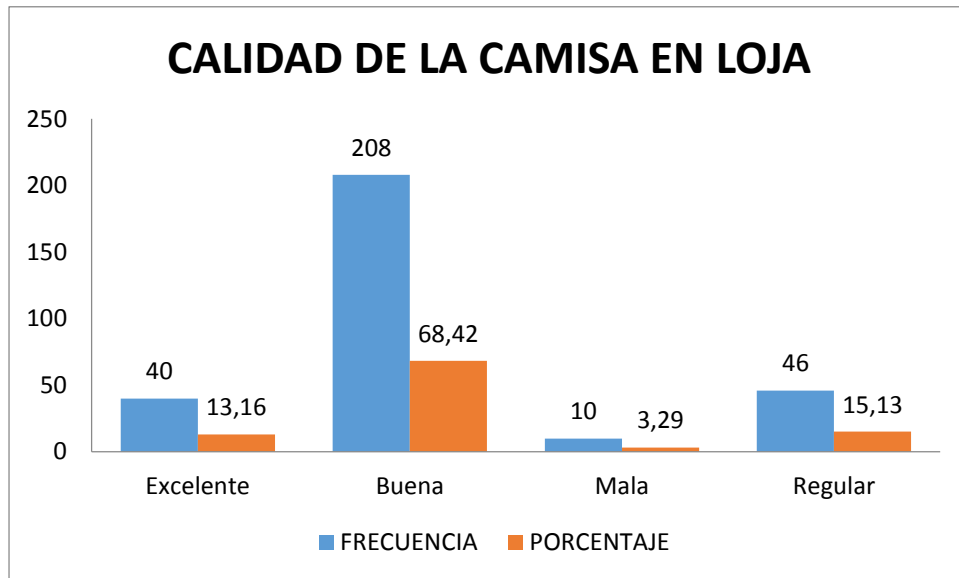
CUADRO N° 13

CALIDAD DE LA CAMISA EN LOJA

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	40	13,16
Buena	208	68,42
Mala	10	3,29
Regular	46	15,13
TOTAL	304	100

Fuente: Pregunta N°9-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 11



Fuente: Pregunta N°9-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las hombres que utilizan la camisa como parte de su vestimenta, el 68,42% consideran como *buena* la calidad de la prenda que se comercializa en nuestra ciudad, el 15,13% considera *regular* la calidad de la camisa, mientras que un 13,16% considera como excelente la calidad de la camisa de esta ciudad, y por último el 3,29% considera *mala* la calidad de la camisa que adquiere en la ciudad de Loja.

10. ¿En qué lugar(es) de preferencia compra la “Camisa”?

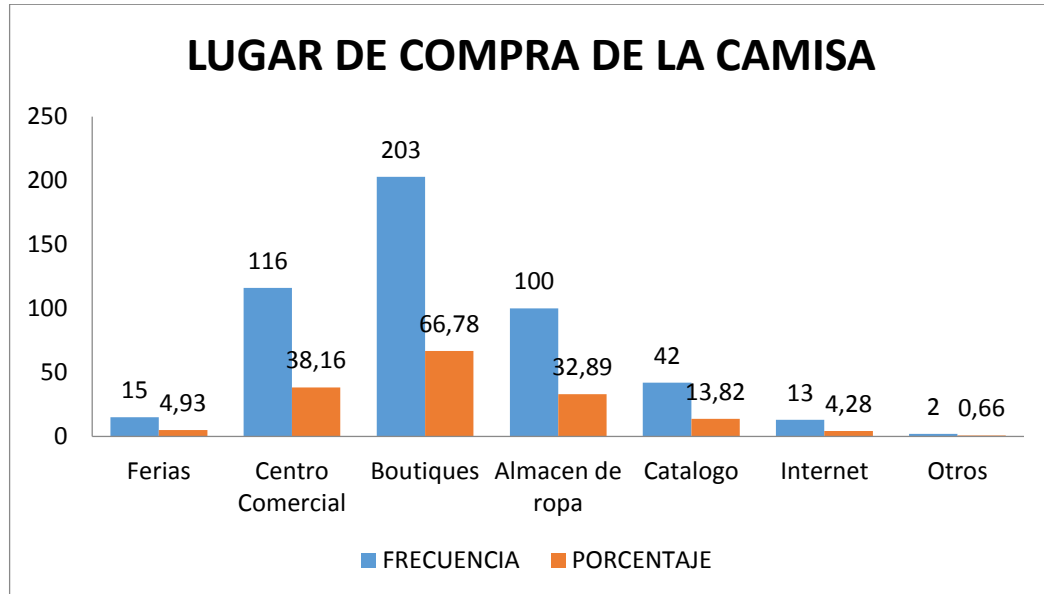
CUADRO N° 14

LUGAR DE COMPRA DE LA CAMISA

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Ferias	15	304	4,93
Centro Comercial	116	304	38,16
Boutiques	203	304	66,78
Almacén de ropa	100	304	32,89
Catalogo	42	304	13,82
Internet	13	304	4,28
Otros	2	304	0,66

Fuente: Pregunta N°10-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 12



Fuente: Pregunta N°10-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los hombres que utilizan la camisa como parte de su vestimenta, se evidencia que, un 66,78% adquiere preferentemente la camisa en boutiques, el 38,16% compra la prenda en centros comerciales, un 32,89% de los hombres le gusta adquirir la camisa en almacenes de ropa. Por lo tanto esto quiere decir que los hombres prefieren adquirir la camisa en boutiques ya que encuentran la prenda a su gusto (*marca, precio, color, modelo, marca etc.*).

11. ¿De qué material compra la “Camisa”?

CUADRO N° 15

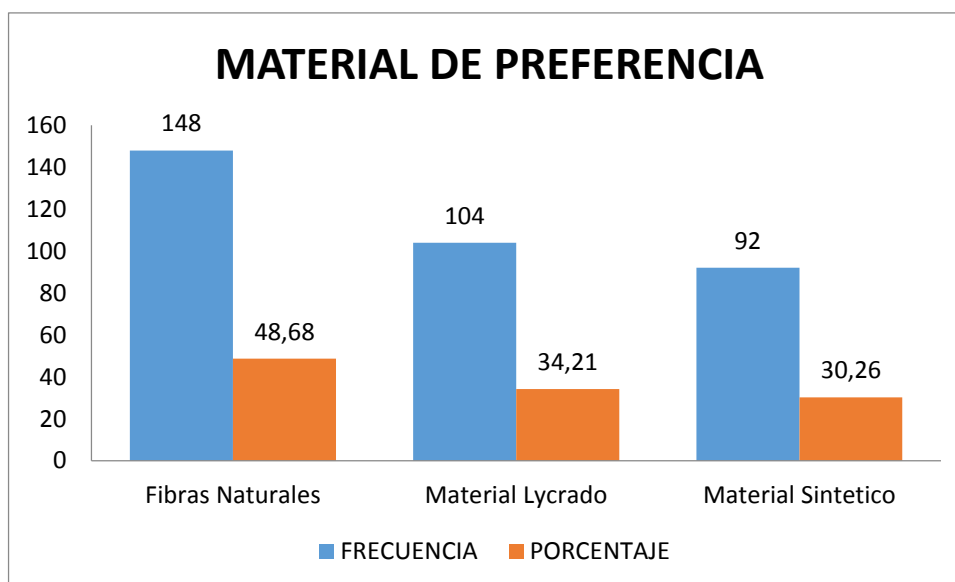
MATERIAL DE PREFERENCIA

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Fibras Naturales	148	304	48,68
Material Lycrado	104	304	34,21
Material Sintético	92	304	30,26

Fuente: Pregunta N°11-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 13



Fuente: Pregunta N°11-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los hombre que utilizan camisa se obtuvo los siguientes resultados: el 48,68% prefiere la camisa en fibras naturales, mientras que el 34,21% de los caballeros la prefiere en material lycrado y el 30,26% le gusta que la camisa este confeccionada con material sintético. Por lo tanto se concluye que la mayoría de los hombres les gusta las camisas en fibras naturales por las bondades que esta tiene como: confort, duración, estilo, fresca, no hay alergias, características que son tomadas al momento de saber el material de confección de la camisa.

12. ¿Qué tipo de “Camisa” utiliza?

CUADRO N° 16

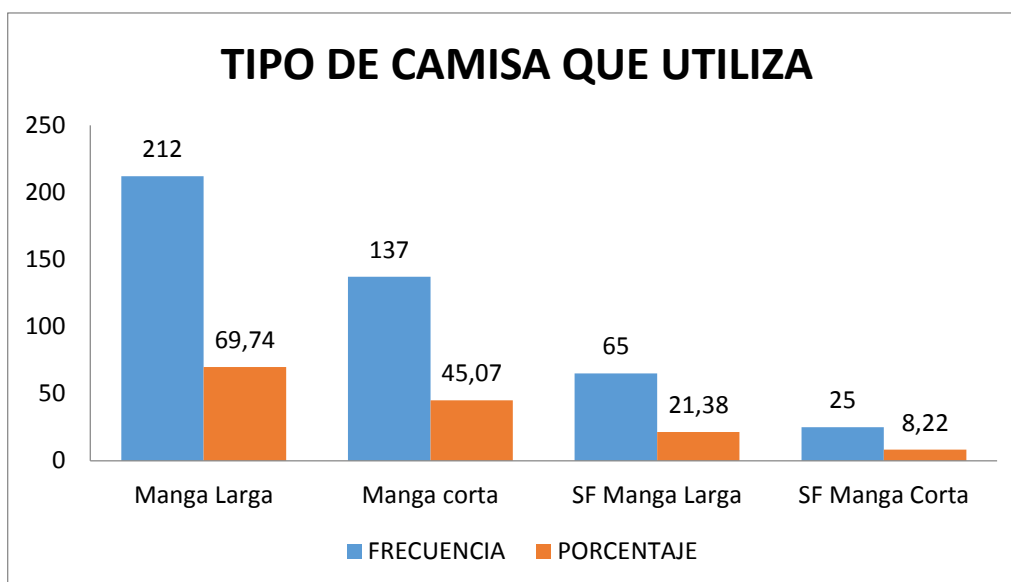
TIPO DE CAMISA QUE UTILIZA

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Manga Larga	212	304	69,74
Manga corta	137	304	45,07
SF Manga Larga	65	304	21,38
SF Manga Corta	25	304	8,22

Fuente: Pregunta N°12-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 14



Fuente: Pregunta N°12-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN: De las 304 hombres que usan la prenda, el 69,74% hombres utilizan y les gustan las camisas manga larga, el 45,07% de los encuestados prefieren utilizar las camisas manga corta, mientras que el 21,38% utiliza la camisa Slim-Fit manga larga y el 8,22% utilizan las camisas Slim-Fit manga corta.

De tal forma se evidencia que los caballeros prefieren utilizar las camisas manga larga, por el hecho que se ven mejor, y tiene la costumbre de utilizarlos en cualquier evento que se presente.

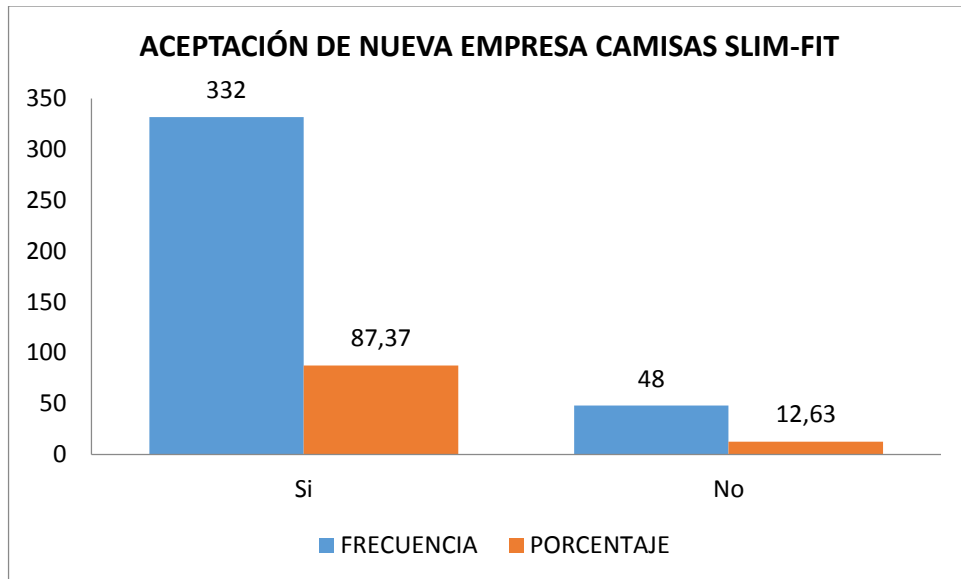
13. Si se implementara una Empresa de Diseño y Confección de “Camisas Slim-Fit”. ¿Usted estaría dispuestos adquirir los productos y modelos que esta ofrece?

CUADRO N° 17
ACEPTACIÓN CAMISAS SLIM-FIT

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	332	87,37
No	48	12,63
TOTAL	380	100

Fuente: Pregunta N°13-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 15



Fuente: Pregunta N°13-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con la obtención de datos podemos decir que al implementar la empresa de confección de camisas SLIM-FIT, tendrá una buena acogida ya que los resultados arrojan un 87,37% de aceptación. Este porcentaje de aceptación nos ayuda a constituir la demanda efectiva. Concluyendo que la empresa si tendrá aceptación en el mercado.

14. ¿Preferentemente en qué color(es) prefiere la “Camisa” SLIM-FIT?

CUADRO N° 18

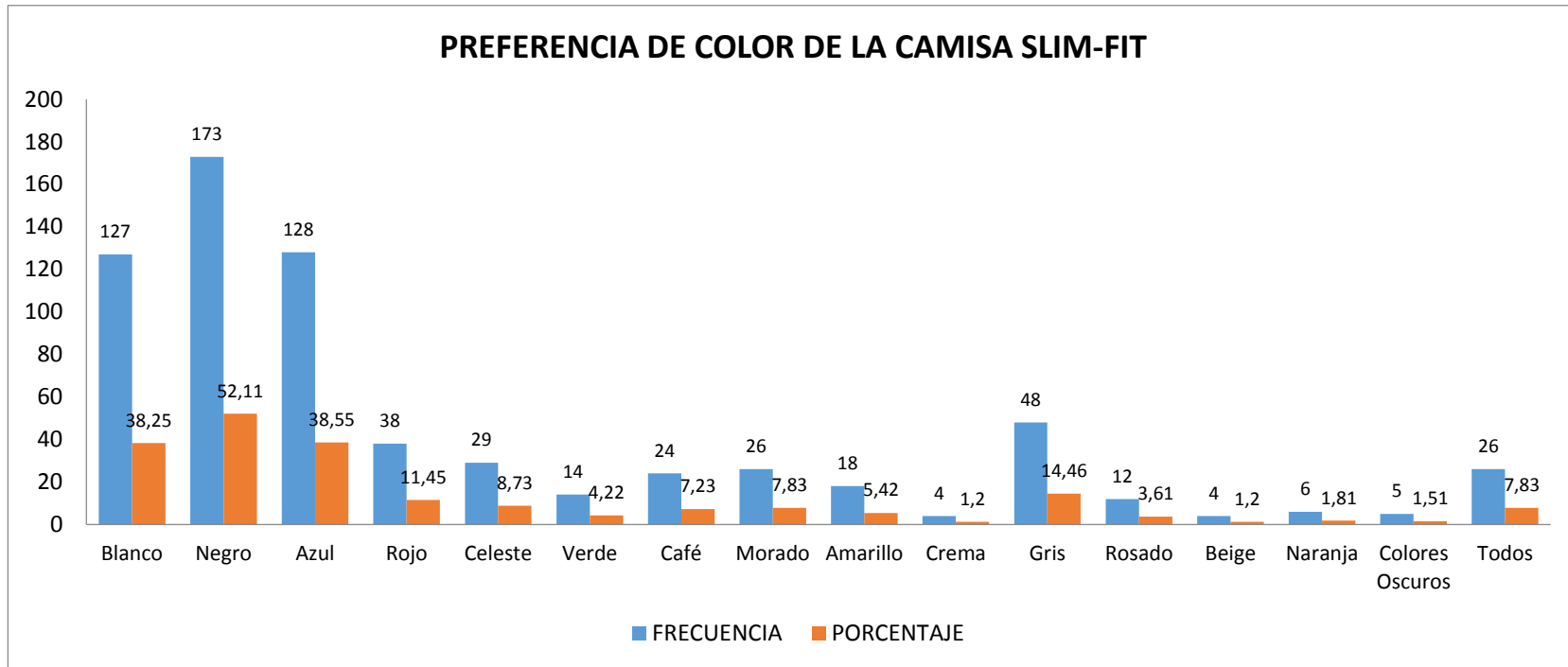
PREFERENCIA DE COLOR DE LA CAMISA SLIM-FIT

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Blanco	127	332	38,25
Negro	173	332	52,11
Azul	128	332	38,55
Rojo	38	332	11,45
Celeste	29	332	8,73
Verde	14	332	4,22
Café	24	332	7,23
Morado	26	332	7,83
Amarillo	18	332	5,42
Crema	4	332	1,2
Gris	48	332	14,46
Rosado	12	332	3,61
Beige	4	332	1,2
Naranja	6	332	1,81
Colores Oscuros	5	332	1,51
Todos	26	332	7,83

Fuente: Pregunta N°14-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 16



Fuente: Pregunta N°14-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos con respecto a la pregunta tenemos que en un primer lugar, los caballeros prefieren la camisa de color negro con un 52,11%, seguida del color blanco y azul, ambos con una participación de 38,25%, en tercer lugar el color gris con un 14,46% otro de los colores con buena preferencia es el celeste, con 11,45% y también está el color celeste que cuenta con una preferencia de 8,73%. Se concluye que los colores de preferencia para vestir la camisa Slim-fit son el negro, blanco, azul, gris, rojo y celeste

15. ¿Cómo prefiere la “Camisa” SLIM-FIT?

CUADRO N° 19

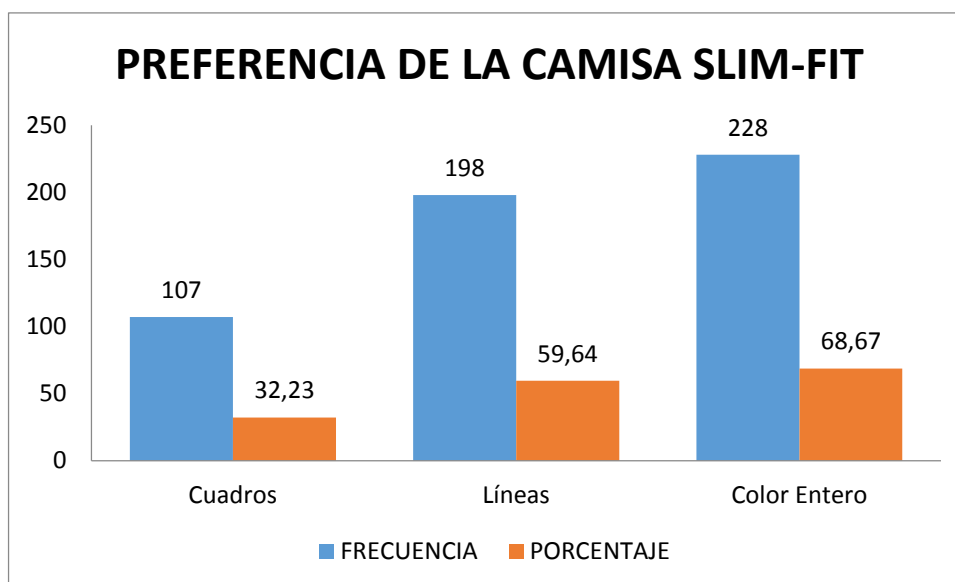
PREFERENCIA DE LA CAMISA SLIM-FIT

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Cuadros	107	332	32,23
Líneas	198	332	59,64
Color Entero	228	332	68,67

Fuente: Pregunta N°14-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 17



Fuente: Pregunta N°14-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los resultados obtenidos de los caballeros que si adquirirán el producto de la nueva empresa se obtuvo los siguientes resultados: el 68,67% prefiere su camisa en colores enteros, pero los otros dos indicadores también son datos significativos para la elaboración de camisas a líneas que tiene una aceptación de 59,64%, y el 32,23% prefiere la camisa a cuadros. Se concluye que los caballeros prefieren su prenda de vestir en color entero.

16. Qué medios de comunicación cree usted que es más factible para dar a conocer las “Camisa” Slim-Fit?

CUADRO N° 20

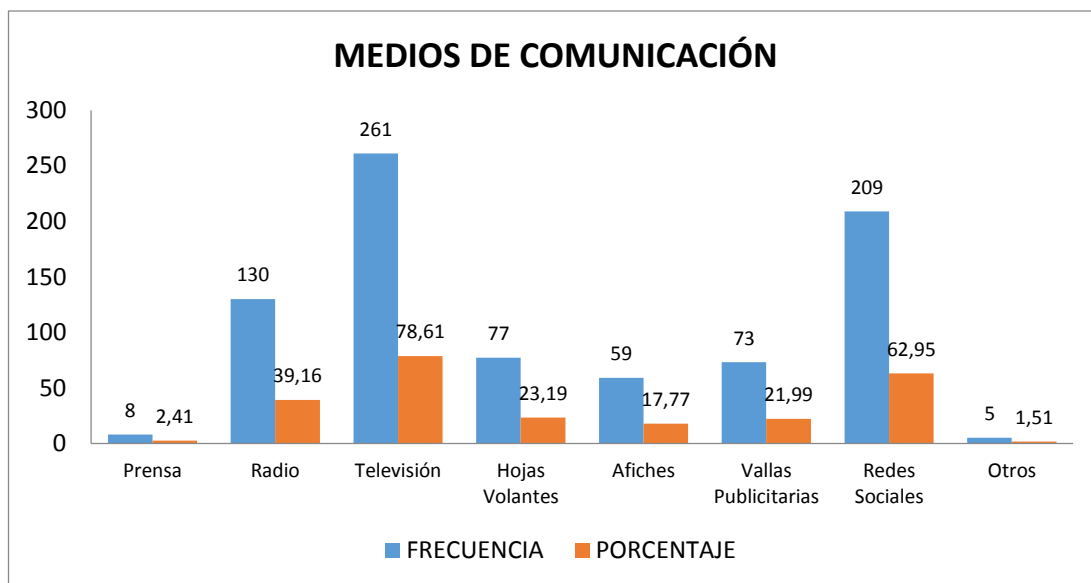
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL ENC.	PORCENTAJE
Prensa	8	332	2,41
Radio	130	332	39,16
Televisión	261	332	78,61
Hojas Volantes	77	332	23,19
Afiches	59	332	17,77
Vallas Publicitarias	73	332	21,99
Redes Sociales	209	332	62,95
Otros	5	332	1,51

Fuente: Pregunta N°14-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 18



Fuente: Pregunta N°14-Encuestas a la población masculina comprendida entre los 15-35 años de la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según datos obtenidos tenemos que los medios de comunicación más idóneo para dar a conocer el producto son: la televisión con un 78,61%, redes sociales con un 62,95%, radio con un 39,16%, hojas volantes 23,19%, vallas publicitarias 21,99%, afiches con 17,77%, prensa con un 2,41% y otros un 1,51%. Concluimos que el medio de comunicación que se puede utilizar para promocionar la camisa Slim-Fit será por la televisión local, las redes sociales y por medio de radio.

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

1. ¿Qué tipo de negocio tiene?

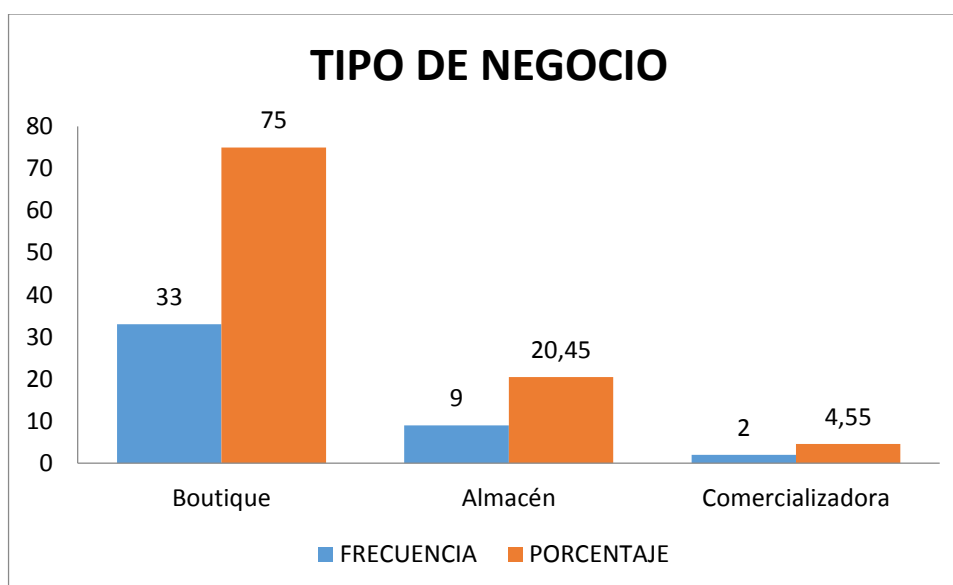
CUADRO N° 21

TIPO DE NEGOCIO

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Boutique	33	75
Almacén	9	20,45
Distribuidora	2	4,55
TOTAL	44	100

Fuente: Pregunta N°1-Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 19



Fuente: Pregunta N°1-Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las encuestas aplicadas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja, se obtuvo los siguientes resultados: el 75% son boutiques, el 20,45% corresponde a los almacenes de ropa y el 4,55% son distribuidoras de este tipo de prenda.

Por lo tanto la principal competencia son las boutiques ya que estas comercializan este tipo de prenda, pero hay dos empresas que confeccionan las prendas para su comercialización que es Covatex y el almacén-sastrería Manuel Chalan.

2. Cuánto tiempo lleva su negocio en el mercado?

CUADRO N° 22
TIEMPO EN EL MERCADO

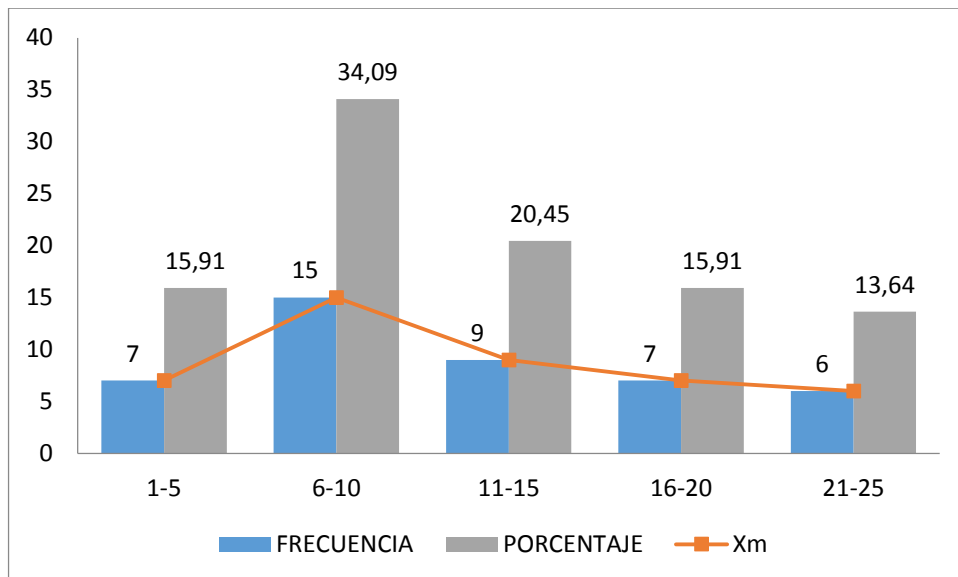
INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
1-5	7	3	21	15,91
6-10	15	8	120	34,09
11-15	9	13	117	20,45
16-20	7	18	126	15,91
21-25	6	23	138	13,64
TOTAL	44	65	522	100

Fuente: Pregunta N° 2- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

$$H = \frac{n}{\sum_{i=1}^n \frac{1}{x_i}} = \frac{n}{\left(\frac{1}{x_1} + \dots + \frac{1}{x_n} \right)}$$

Media Armónica= 8 años promedio

GRÁFICO N° 20



Fuente: Pregunta N° 2- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos obtenidos se observa que un 34,09% de los ofertantes de esta prenda de vestir tienen un tiempo de 6-10 años en el mercado, un 20,45% cuenta con un tiempo de 11-15 años, un 15,91% que son empresas que están de 1-5 años y de 16-20 años en el mercado.

Por lo tanto en conclusión se evidencia que los ofertantes de nuestra ciudad tienen una media de 8 años promedio en el mercado vendiendo este tipo de prenda.

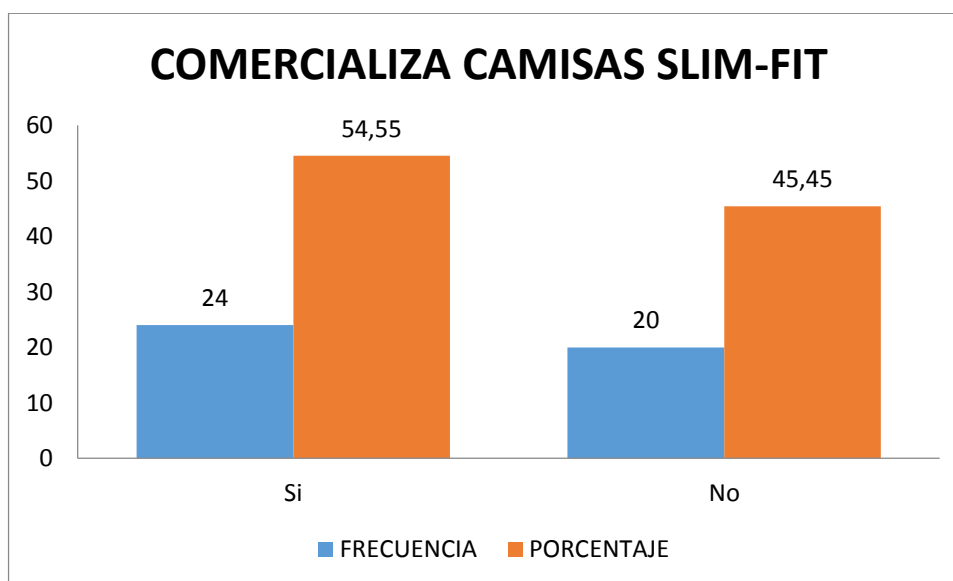
3. ¿Comercializa Camisas Slim-Fit para hombres? En caso de que su respuesta sea “Si” indique el tiempo que lleva comercializando esta prenda de vestir

**CUADRO N° 23
COMERCIALIZA CAMISAS SLIM-FIT**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	24	54,55
No	20	45,45
TOTAL	44	100

Fuente: Pregunta N° 3- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 21



Fuente: Pregunta N° 3- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

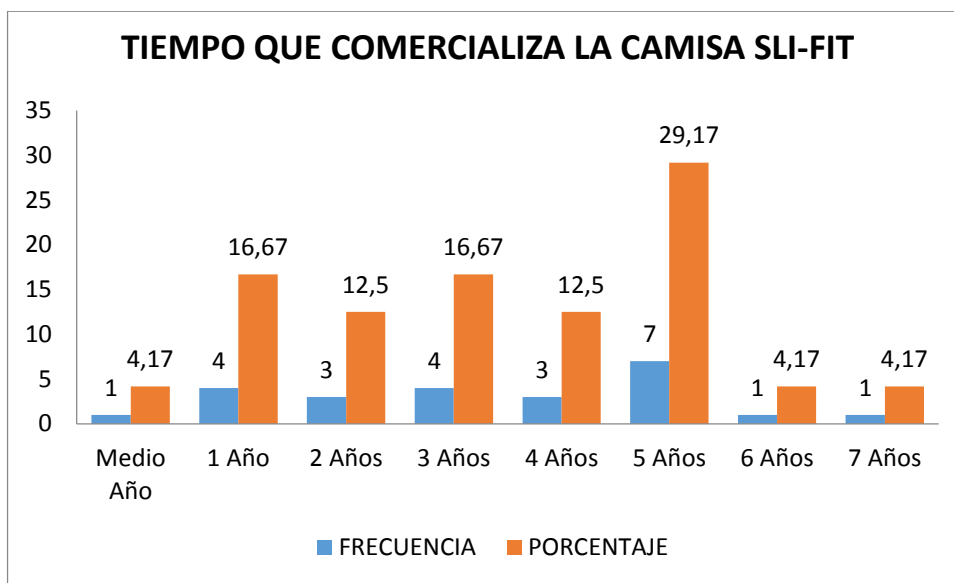
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida de los ofertantes de las camisas, se obtuvo los siguientes resultados: el 54,55% si comercializa este modelo de camisa, mientras que el 45,45% no vende este modelo de camisa Slim-Fit. Por lo tanto se puede observar que la mayor parte de ofertantes en nuestra ciudad ya venden la camisa Slim-Fit.

CUADRO N° 24
TIEMPO DE COMERCIALIZACIÓN

TIEMPO EN AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Medio Año	1	4,17
1 Año	4	16,67
2 Años	3	12,5
3 Años	4	16,67
4 Años	3	12,5
5 Años	7	29,17
6 Años	1	4,17
7 Años	1	4,17
TOTAL	24	100

Fuente: Pregunta N° 3- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 22



Fuente: Pregunta N° 3- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las ofertantes de esta prenda de vestir que si venden el modelo de camisa Slim-fit se obtuvo los resultados del tiempo que llevan vendiendo este modelo: el 29,17% ya lleva 5 años vendiendo este modelo de camisa, el 16,67% de las empresas tienen un tiempo comercializando este modelo de prenda de 1 año y 3 años, mientras que el 12,5% ya tiene un tiempo de 2 y 4 años vendiendo este modelo de camisa, y el 4,17% llevan un tiempo de medio año, 6 años y 7 años vendiendo la camisa Slim-fit.

Por lo tanto de las empresas que venden la camisa Slim-Fit la mayoría tiene un tiempo de 5 años vendiendo esta prenda de vestir.

4. ¿Cuál es el tiempo con que compra camisas y a su vez que cantidad adquiere?

CUADRO N° 25

TIEMPO Y CANTIDAD DE COMPRA DE CAMISAS

TIEMPO CANTIDAD	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	TOTAL FREC	Xm	FM*Xm	FT*Xm
31 - 50	8	2			10	41	328	82
51 - 100	9	3			12	76	684	228
101 - 150	3	2			5	126	378	252
151 - 200	0	8			8	176	0	1408
201 - 250	0	9			9	226	0	2034
TOTAL TIEMPO/ CANTIDAD	20	24	0	0	44	645	1390	4004
PORCENTAJE	45,45	54,55	0	0	100			

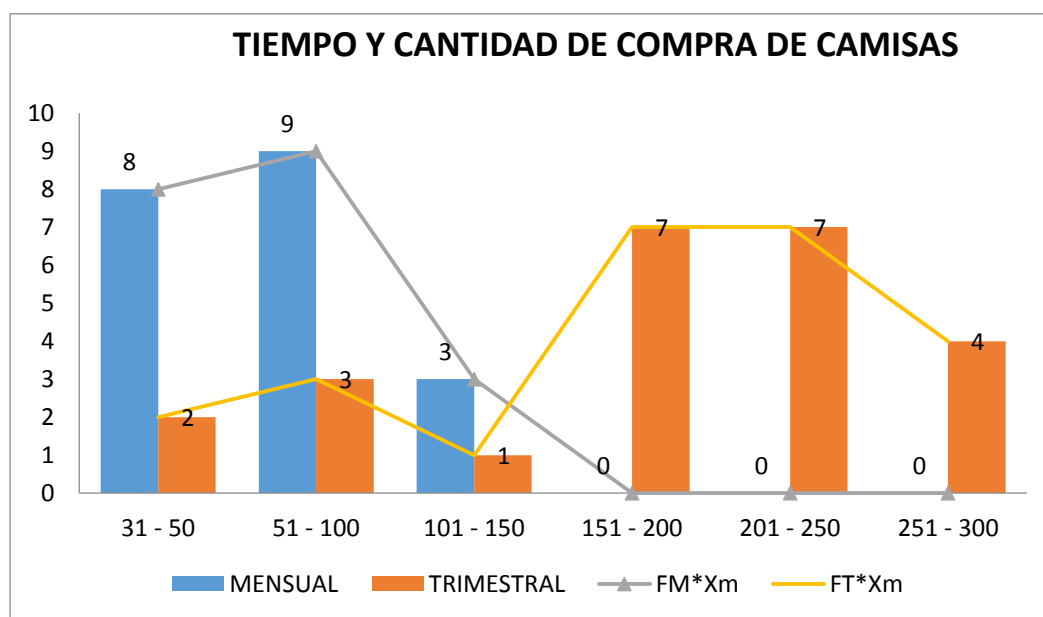
Fuente: Pregunta N° 4- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

$$\bar{X} = \frac{\sum Xm * F}{n}$$

Media Mensual	70 camisas promedio al mes
Media Trimestral	167 camisas promedio trimestral

GRÁFICO N° 23



Fuente: Pregunta N° 4- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos obtenidos se obtuvo los siguientes resultados: el 45,45% de los ofertantes compran mercadería es decir las camisas de forma mensual, y el 54,55% de los ofertantes tiende a comprar este tipo de prenda de forma trimestral.

De tal modo que de acuerdo a un cálculo matemático, el 45,45% de los ofertantes compran un promedio de 70 camisas mensualmente, y el 54,55% adquieren un promedio de 167 camisas trimestralmente.

5. ¿Cuál es el promedio de Camisas vendidas mensualmente?

CUADRO N° 26
PROMEDIO DE CAMISAS VENDIDAS MENSUALMENTE

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	PORCENTAJE
16-45	28	31	868	63,64
46- 75	12	61	732	27,27
76- 105	2	91	182	4,55
106-135	0	121	0	0,00
136-165	0	151	0	0,00
166-195	0	181	0	0,00
196-225	1	211	211	2,27
226-255	1	241	241	2,27
TOTAL	44		2234	100

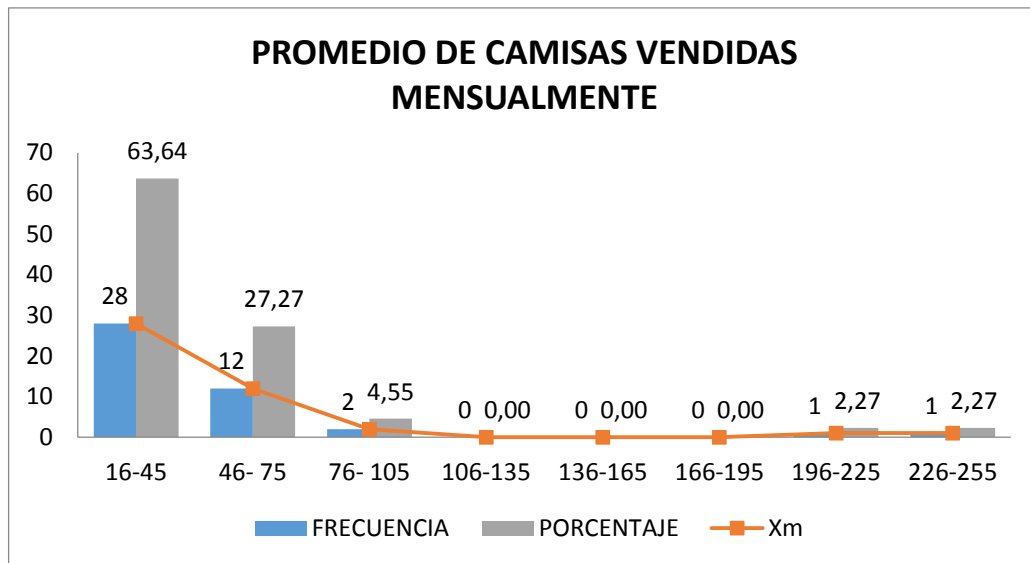
Fuente: Pregunta N° 5- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

$$\bar{X} = \frac{\sum X_m * F}{n}$$

Media	51 camisas promedio
--------------	---------------------

GRÁFICO N° 24



Fuente: Pregunta N° 5- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
 Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 63,64% de los oferentes venden camisas de 16-45 camisas al mes, el 27,27% de las empresas comercializan de 46-75 camisas mensualmente, el 4,55% venden de 76-105 camisas al mes y el 2,27% venden de 196-255 prendas mensuales.

En conclusión los ofertantes de esta prenda de vestir venden como promedio, 51 camisas mensualmente cada empresa.

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

CUADRO N° 27

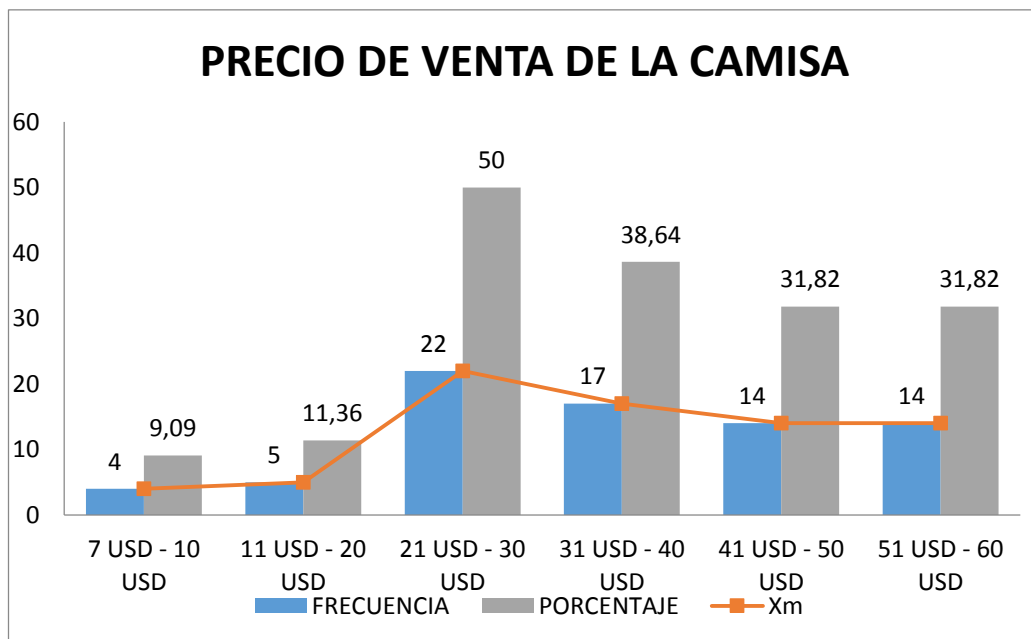
PRECIO DE VENTA

INDICADOR	FRECUENCIA	Xm	F*Xm	OFERENTE	PORCENTAJE
7 USD - 10 USD	4	8,5	34	44	9,09
11 USD - 20 USD	5	15,5	77,5	44	11,36
21 USD - 30 USD	22	25,5	561	44	50
31 USD - 40 USD	17	35,5	603,5	44	38,64
41 USD - 50 USD	14	45,5	637	44	31,82
51 USD - 60 USD	14	55,5	777	44	31,82
			2690		

Fuente: Pregunta N° 6- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
 Elaboración: Los Autores

Media	21,00 precio promedio
-------	-----------------------

GRÁFICO N° 25



Fuente: Pregunta N° 6- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
 Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En el mercado lojano existen camisas de diferentes precios los cuales el 50% de los oferentes la comercializan a un precio de 21-30 dólares, el 38,64% venden esta prenda a un precio de 31-40 dólares, el 31,82% la venden a la camisa a un precio de 41-60 dólares, mientras que el 11,36% la vende a un precio de 11-20 dólares y un 9,09% la comercializa a esta prenda a un precio de 7-10 dólares.

En esta pregunta se conoció los precios a los que se comercializa la camisa en la ciudad de Loja. Mediante la aplicación de una operación matemática se obtuvo el precio promedio que comercializa es de 21 dólares, por lo que es un precio accesible para toda la población masculina.

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

CUADRO N° 28

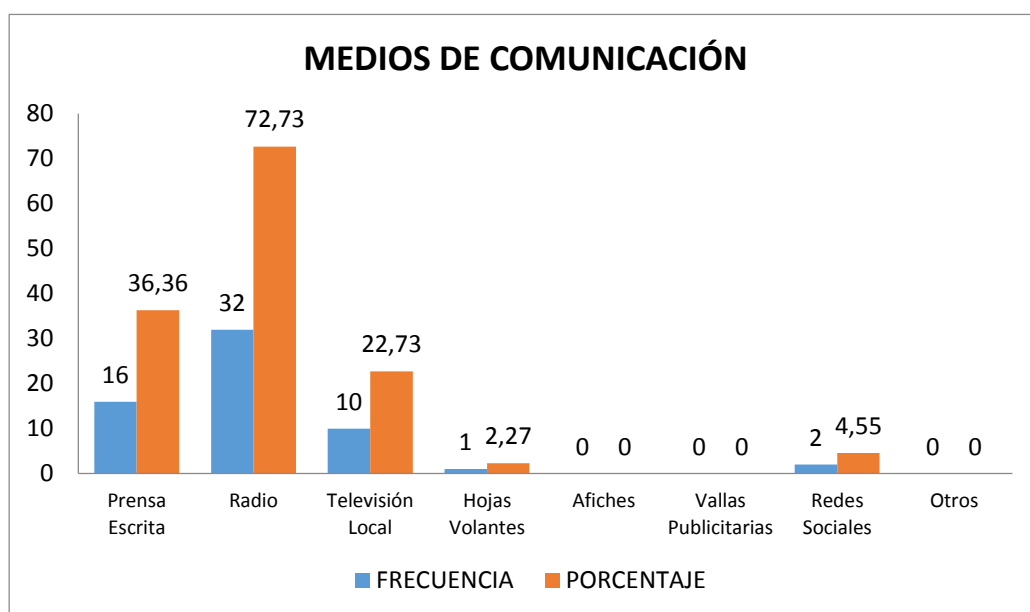
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL OFERT	PORCENTAJE
Prensa Escrita	16	44	36,36
Radio	32	44	72,73
Televisión Local	10	44	22,73
Hojas Volantes	1	44	2,27
Afiches	0	44	0
Vallas Publicitarias	0	44	0
Redes Sociales	2	44	4,55
Otros	0	44	0

Fuente: Pregunta N° 7- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 26



Fuente: Pregunta N° 7- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los ofertantes de la camisa en la ciudad de Loja, para dar a conocer su empresa y la prenda de vestir utilizan de los siguientes medios de comunicación: un 72,73% utiliza la radio, el 36,32% la prensa escrita, el 22,73% utiliza la televisión local, el 4,55% hace publicidad a través de las redes sociales. Es evidente que el medio de comunicación más utilizado por las distintas empresas para dar a conocer sus productos es la radio ya que apela a la imaginación de los oyentes.

8. ¿Cuál es el origen de las camisas que usted comercializa?

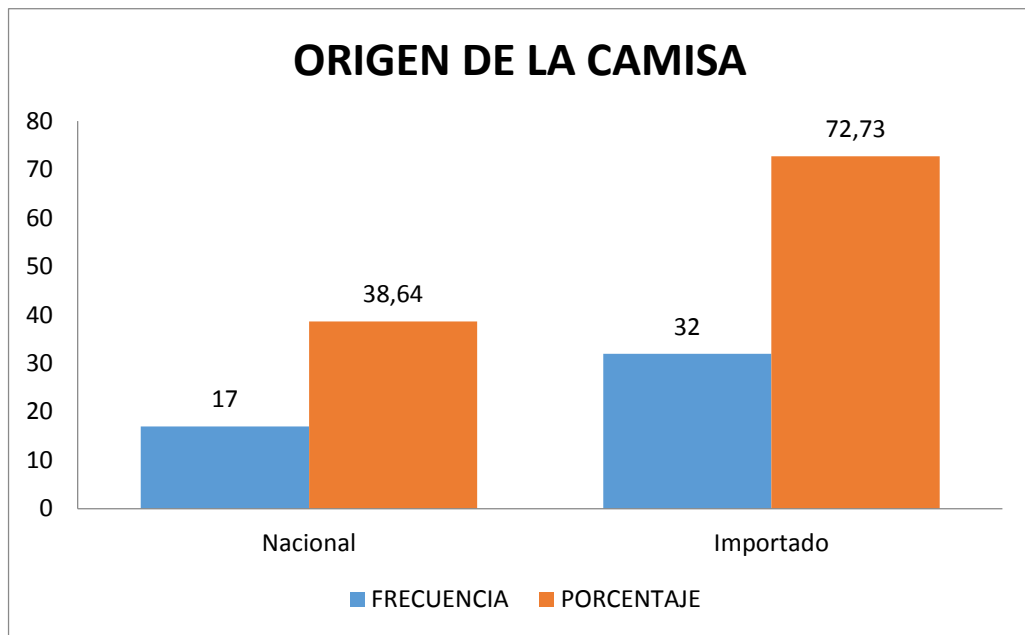
CUADRO N° 29

ORIGEN DE LA CAMISA

INDICADOR	FRECUENCIA	TOTAL OFERT	PORCENTAJE
Nacional	17	44	38,64
Importado	32	44	72,73

Fuente: Pregunta N° 8- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 27



Fuente: Pregunta N° 8- Encuestas a los ofertantes de camisas en la ciudad de Loja
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Las camisas que se expenden en estos locales tienen distintos orígenes nacionales y extranjeros, pero la mayoría de oferentes de este tipo de prenda de vestir en la ciudad de Loja que son el 72,73% de las empresas cuentan con camisas importadas, por la razón de que cuenta con marcas posicionadas a nivel mundial por sus diseños originales y la calidad con las que esta cuenta mientras que un 38,64% cuentan con camisas de origen nacional las cuales son más accesibles a la hora de conseguirlas y sus precios más cómodos para el cliente.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado tiene como finalidad la recolección de datos sobre la conducta de los demandantes: gustos, preferencias, cantidad de consumo, lugares de compra, y también para determinar el nivel de competencia en el mercado: número de productores, promedio de ventas, etc. De tal manera que esta información sea procesada y analizada, permitiendo tomar decisiones correctas y adecuadas en cuanto a la factibilidad de la **“CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA”**. Pretendiendo contribuir al desarrollo empresarial y socioeconómico en la ciudad.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El propósito que se persigue a través del presente estudio es analizar cuantitativa y cualitativamente las demandas, así mismo conocer las previsiones de evolución para los siguientes años, el tamaño de mercado que requiera la tipología de nuestro producto. En definitiva, permite conocer el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda. Se considera también escenarios de proyección para los 10 años de vida útil. El volumen de producto se determina con relación al número de los demandantes de la población urbana de la ciudad de Loja, para luego proceder a realizar la proyección poblacional de los 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 30
TOTAL DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA

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

Fuente: INEC “VII Censo de población y VI de Vivienda 2010”

Elaboración: Los Autores

DEMANDANTES

Los demandantes para la nueva unidad de producto “camisas Slim-Fit” se considera a toda la población masculina de la ciudad de Loja comprendida entre el rango de edad de 15-35 años de edad, dado que estos son quienes adquieren el producto en calidad de satisfacción de una necesidad o un deseo, además cabe destacar y determinar para que ocasiones se utiliza la prenda de vestir.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DE LA CIUDAD DE LOJA

Formula de Proyección de la Población Poblacional

Fórmula para “i” Incremento

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

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

CUADRO N° 31

PROYECCION DE LA POBLACIÓN MASCULINA DE LA CIUDAD DE LOJA	PROYECCION DE LA POBLACIÓN MASCULINA DE 15-35 AÑOS DE EDAD DE LA CIUDAD DE LOJA
$P_{2013}=81.475*(1+0.0265)^3 = 88.125$	$P_{2013}=35.860*(1+0.0265)^3 = 38.788$
$P_{2014}=81.475*(1+0.0265)^4 = 90.461$	$P_{2014}=35.860*(1+0.0265)^4 = 39.815$
$P_{2015}=81.475*(1+0.0265)^5 = 92.858$	$P_{2015}=35.860*(1+0.0265)^5 = 40.870$
$P_{2016}=81.475*(1+0.0265)^6 = 95.319$	$P_{2016}=35.860*(1+0.0265)^6 = 41.953$
$P_{2017}=81.475*(1+0.0265)^7 = 97.845$	$P_{2017}=35.860*(1+0.0265)^7 = 43.065$
$P_{2018}=81.475*(1+0.0265)^8 = 100.438$	$P_{2018}=35.860*(1+0.0265)^8 = 44.206$
$P_{2019}=81.475*(1+0.0265)^9 = 103.099$	$P_{2019}=35.860*(1+0.0265)^9 = 45.378$
$P_{2020}=81.475*(1+0.0265)^{10} = 105.831$	$P_{2020}=35.860*(1+0.0265)^{10} = 46.580$
$P_{2021}=81.475*(1+0.0265)^{11} = 108.636$	$P_{2021}=35.860*(1+0.0265)^{11} = 47.814$
$P_{2022}=81.475*(1+0.0265)^{12} = 111.515$	$P_{2022}=35.860*(1+0.0265)^{12} = 49.081$
$P_{2023}=81.475*(1+0.0265)^{13} = 114.470$	$P_{2023}=35.860*(1+0.0265)^{13} = 50.382$

Fuente: INEC “VII Censo de población y VI de Vivienda 2010”

Elaboración: Los Autores

DEMANDANTES POTENCIALES

La demanda potencial es la totalidad que podría alcanzar un producto o servicio en el mercado, está sujeta a la calidad, precio del producto, como también de los productos sustitutos, los gustos y preferencias del cliente; en este caso los demandantes potencial están determinados por la población masculina de 15-35 años de la ciudad de Loja, que están dispuestos a utilizar el producto (*CAMISA*) en un tiempo y precio determinado. Para el cálculo se considera la población en estudio que es de **38.788** proyectados al año 2013 y la información sobre si utilizan el producto tal como se demuestra en el cuadro N° 6 el **80%** si utilizan la camisa como parte de su vestimenta, por lo tanto los demandantes potenciales son **31.030**.

CUADRO N° 32
DEMANDANTES POTENCIALES DE CAMISA

AÑO	HOMBRES DE 15-35 AÑOS CIUDAD LOJA	UTILIZA CAMISA EN SU VESTIMENTA	DEMANDANTES POTENCIALES
2013	38.788	80%	31.030

Fuente: Cuadro N° 2 y Cuadro N° 6

Elaboración: Los Autores

PROYECCIÓN DE LOS DEMANDANTES

Para proyectar la población masculina de 15-35 años de la ciudad de Loja, en lo referente a la población de estudio se considera la tasa anual de crecimiento poblacional del 2,65% Los demandantes a proyectarse para el presente trabajo de investigación se toma como base la población masculina de 15-35 años de edad según el último censo realiza por el INEC en el año 2010 (35.860). Su proyección se lo realiza mediante el siguiente procedimiento:

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

En donde:

$$P_{2013} = 35.860 * (1 + 0.0265)^3$$

$$P_{2013} = 38.788 \text{ hombres de 15-35 años del año 2013}$$

CUADRO N° 33
PROYECCIÓN DE DEMANDANTES

AÑO	POBLACIÓN	USO CAMISA	DEMANDANTES
0	38.788	80%	31.030
1	39.815	80%	31.852
2	40.870	80%	32.696
3	41.953	80%	33.562
4	43.065	80%	34.452
5	44.206	80%	35.365
6	45.378	80%	36.302
7	46.580	80%	37.264
8	47.814	80%	38.251
9	49.081	80%	39.265
10	50.382	80%	40.306

Fuente: Cuadro N° 2 y Cuadro N° 6

Elaboración: Los Autores

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial es la totalidad que podría alcanzar un producto o servicio en el mercado, está sujeta a la calidad, precio del producto, como también de los productos sustitutos, los gustos y preferencias del cliente; se calcula en base al número de demandante potenciales que utilizan la camisa como parte de su vestimenta, a los que se les determina un consumo promedio individual. Para el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta los demandantes potenciales que a su vez se multiplica por el consumo per cápita perteneciente a **7 camisas anuales** promedio obtenido del Cuadro N° 8.

CUADRO N° 34
DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	DEMANDANTES	CONSUMO PER CAPITA	DEMANDA POTENCIAL
0	31.030	7	217.210
1	31.852	7	222.964
2	32.696	7	228.872
3	33.562	7	234.934
4	34.452	7	241.164
5	35.365	7	247.555
6	36.302	7	254.114
7	37.264	7	260.848
8	38.251	7	267.757
9	39.265	7	274.855
10	40.306	7	282.142

Fuente: Cuadro N° 8 y Cuadro N° 33

Elaboración: Los Autores

DEMANDA REAL

La demanda real, es la cantidad que realmente compran las personas un producto y/o servicios.

Para la determinación de la demanda real se toma como referencia la información del cuadro N° 34, es decir la demanda potencial de las camisas, de los cuales el **29,74%**, si utilizan la camisa Slim-Fit (Ver Cuadro N° 7), del cual mediante una operación matemática da como resultado 66.309 **demanda real**.

CUADRO N° 35**DEMANDA REAL**

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	UTILIZA CAMISA SLIM -FIT	DEMANDA REAL
0	217.210	29,74%	64.598
1	222.964	29,74%	66.309
2	228.872	29,74%	68.067
3	234.934	29,74%	69.869
4	241.164	29,74%	71.722
5	247.555	29,74%	73.623
6	254.114	29,74%	75.574
7	260.848	29,74%	77.576
8	267.757	29,74%	79.631
9	274.855	29,74%	81.742
10	282.142	29,74%	83.909

Fuente: Cuadro N° 7 y Cuadro N° 34

Elaboración: Los Autores

DEMANDA EFECTIVA

La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Para establecer la demanda efectiva se toma como referente la demanda real de cada año proyectado del cuadro anterior n° 35, posteriormente se aplica el porcentaje de aceptación del nuevo producto a ser confeccionado y que es del 87,37% información obtenida de las encuestas aplicadas a la ciudad de Loja, (Ver cuadro N° 17), dando para el primer año, 57.934 de la demanda efectiva, consecutivamente se realiza el cálculo para los siguientes años como lo veremos a continuación.

CUADRO N° 36
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL	ACEPTACIÓN NUEVO PRODUCTO	DEMANDA EFECTIVA
0	64.598	87,37%	56.439
1	66.309	87,37%	57.934
2	68.067	87,37%	59.470
3	69.869	87,37%	61.045
4	71.722	87,37%	62.664
5	73.623	87,37%	64.324
6	75.574	87,37%	66.029
7	77.576	87,37%	67.778
8	79.631	87,37%	69.574
9	81.742	87,37%	71.418
10	83.909	87,37%	73.311

Fuente: Cuadro N° 17 y Cuadro N° 35

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, el cliente, usuario los adquiera. En el mercado local de la ciudad de Loja existen 42 empresas (boutiques y almacenes) que comercializan camisas para hombres. Se incluyen dos comercializadoras que ofrecen este producto con variedad de marcas, calidad, precios y que van desde los \$ 27 dólares en adelante. De las empresas que comercializan esta prenda de vestir, dos de ellas: "Almacén-Sastrería Manuel Chalan" y Covatex confeccionan camisas y ternos para hombres pero en su gran mayoría lo realiza a base de pedidos cabe recalcar que sus precios a la venta son elevados, igualmente la distribución en gran parte lo realiza a los cantones vecinos como Catamayo entre otros.

Analizamos el mercado en función a la competitividad que en base a la información de las entrevistas aplicadas a los oferentes tenemos un promedio de 51 camisas vendidas mensualmente de cada empresa, y en su mayoría vendidas a un precio promedio de \$ 21 dólares cada camisa. Hay que recalcar

que según la CADECOL hay una tasa de crecimiento de negocios dedicados a la venta de ropa en un 4% cada año. Para conocer la oferta cuantitativa del mercado de la ciudad de Loja se toma como referente los 44 ofertantes (**Ver Anexo N° 3**) multiplicado para la oferta individual anual de **612**, tenemos para el primer año (dato base) un total de oferta **de 26.928**.

CUADRO N° 37

RESUMEN DE PROYECCIÓN OFERTA DE CAMISAS

AÑO	4% OFERENTE	OFERTA INDIVIDUAL	OFERTA TOTAL
0	44	612	26.928
1	46	612	28.152
2	48	612	29.376
3	50	612	30.600
4	52	612	31.824
5	54	612	33.048
6	56	612	34.272
7	58	612	35.496
8	60	612	36.720
9	62	612	37.944
10	64	612	39.168

44 Ofertantes 51*12=612 Oferta Individual
--

Fuente: Cuadro N° 26 y datos proporcionados por la CADECOL el 4% Crecimiento Negocios.

Elaboración: Los Autores

BALANCE OFERTA DEMANDA

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

CUADRO N° 38
DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	56.439	26.928	29.511
1	57.934	28.152	29.782
2	59.470	29.376	30.094
3	61.045	30.600	30.445
4	62.664	31.824	30.840
5	64.324	33.048	31.276
6	66.029	34.272	31.757
7	67.778	35.496	32.282
8	69.574	36.720	32.854
9	71.418	37.944	33.474
10	73.311	39.168	34.143

Fuente: Cuadro N° 36 y Cuadro N° 37

Elaboración: Los Autores

Se la denomina Demanda Insatisfecha la misma que está constituida por la cantidad de bienes, servicios o productos que hacen falta en el mercado para poder cubrir las necesidades del cliente.

Una vez obtenido los valores cuantitativos, entre la demanda y la oferta de la ciudad de Loja se determina que existe un superávit de demanda en unidades por satisfacer, demostrando que el proyecto tiene más oportunidades de tener éxito y rentabilidad en el mercado local.

Como se puede observar en el cuadro N°. 38 Los valores en unidades que demuestra están pendientes de satisfacerse en cuánto a las prendas de vestir camisas Slim-Fit para hombres, lo cual denota que la producción y comercialización de los mismos no cubre totalmente los requerimientos de los demandantes debido a sus precios elevados, poca variedad y originalidad de los diseños y por último los acabados de las prendas nacionales deben tener una mejor presentación.

PLAN DE COMERCIALIZACION

GRÁFICO N° 28



Para la ejecución del proyecto de inversión, sobre las camisas Slim-Fit, se presenta el siguiente plan de comercialización, diseñado para los diez años de vida útil; el mismo que será parte de la propuesta para implementar la industria de confección y comercialización de camisas Slim-Fit.

MISIÓN

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

VISIÓN

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

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

aquellos que nos enseña a ser mejores personas en el mundo. La empresa **INNOVATEX CIA LTDA** contara con valores los mismos que ayudaran y servirán como un vínculo o enlace para el fiel cumplimiento de todo lo planificado:

- **EFICIENCIA:** Hacer nuestro trabajo de la mejor manera y en el menor tiempo, satisfaciendo la necesidad del cliente.
- **ENTREGA:** El personal de la empresa estará dispuesto a trabajar al tiempo que sea necesario para atender las necesidades de los clientes y entregar todo el potencial humano para brindar al usuario un producto que satisfaga y supere sus rendimientos.
- **CALIDAD:** Ofrecer siempre el producto cumpliendo los estándares de calidad que sean acordes a las preferencias del usuario para que quede complacido con la camisa Slim-Fit.
- **RESPECTO:** La empresa en general tendrá una relación respetuosa con sus empleados, proveedores y clientes, a fin de que se sientan satisfechos con las relaciones laborales que se brinda.
- **PUNTUALIDAD:** La empresa será puntual en el pago de sus obligaciones con los actores o participantes internos (trabajadores-empleados) o externos (proveedores) de la empresa, como también la misma exigirá puntualidad con actividades de trascendencia en las que intervengan participantes de forma o modo ya sean estos integrantes o no integrantes de la empresa, con la finalidad de que ambas partes siempre salgan ganando.
- **JUSTICIA:** Hacia el personal que labora en la empresa, tanto en el trato como en la asignación de actividades y/o funciones a ser desempeñadas, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.
- **DISCIPLINA:** Un buen desempeño laboral mediante la responsabilidad y eficiencia de cada integrante de la empresa al momento de la confección de las camisas Slim-Fit a ser ofertados en el mercado.

PRINCIPIOS COORPORATIVOS: Los Principios se refieren a las normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta del individuo y/o del

grupo de personas de un conjunto en común, los principios nos dan el ejemplo de cómo comportarnos y no son susceptibles de trasgresión o negociación.

- **INNOVACIÓN:** Buscar nuevos elementos (*tecnología, materiales y materia prima*) que garanticen el mejoramiento en el patrón de la confección de las camisas Slim-Fit, los cuales estén de acuerdo al vertiginoso cambio de las necesidades de la población masculina de la ciudad de Loja.
- **LIDERAZGO:** Es la forma de actuar brindando ideas a través del trabajo, logrando la participación integral y explotando al máximo la inteligencia del equipo, con el fin de conseguir una meta común.
- **CONFIABILIDAD:** Es la credibilidad que se genera como resultado del trabajo realizado con responsabilidad, compromiso y ética.
- **FLEXIBILIDAD:** Es la capacidad de anticiparse a los cambios del entorno, recibéndolos con agrado para estar a la vanguardia en el mercado.
- **ACTITUD DE SERVICIO:** Es una disposición permanente de entender y atender las necesidades de nuestros clientes de manera oportuna, eficaz y positiva, acompañados de entusiasmo por el trabajo, sencillez, buen humor, disciplina y persistencia.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** La empresa promoverá el trabajo inter y multidisciplinario como uno de los principales elementos del desarrollo personal, profesional e institucional, en la búsqueda de objetivos comunes.

OBJETIVOS

- Posicionarse en el mercado lojano a un corto plazo como una de las mejores marcas de camisa Slim-Fit.
- Conseguir que el personal que trabaja en la empresa se sienta orgulloso y privilegiado de trabajar para ella.
- Ayudar a la conservación del medio ambiente mediante el uso de buenas prácticas de manejo de desechos de la empresa, así como la utilización de materiales de reciclaje.

ESTRATEGIAS

- Negociación con colegios privados para que los jóvenes utilicen la camisa como complemento de su uniforme, ya que hay un gran número de población masculina en este sector que constituye el proyecto
- Inversión en capacitación y motivación del personal. (*ver Gráfico N° 29*)

GRÁFICO Nº 29

PLAN DE CAPACITACION DE INNOVATEX										
N-	SEMINARIO / CURSO O TALLER	INSTRUCTOR	HORAS	PARTICIPANTES	N- PARTIC	LUGAR	TIPO DE EVENTOS		COSTO	FECHA
							ASISTENCIA	APROBADO		
1	INTRODUCCION EN MAQUINAS INDUSTRIALES	Ing. Com. Robert Ogoño	6	Operarios(5)	5	Talleres de Nova Fit Loja.	X		Financiado por la empresa	Previo al funcionamiento de la empresa Nova Fit
2	MANEJO Y ADIESTRAMIENTO EN MAQUINAS INDUSTRIALES	Tec. Milton Erraez	20	Operarios(5)	5	Talleres de Nova Fit Loja.	X		Financiado por la empresa	Luego de aprobar curso de introducción de máquinas industriales. Lunes a viernes Horario: 14 h 00 a 18h00
3	CURSO DE PATRONAJE Y ESCALADO	Dm. Linda Cueva	20	Patronista(1)	1	Talleres de Nova Fit Loja.	X		Financiado por la empresa	Los días sábados y domingos Horario: 11 de 8:00 a 12:00 am y de 14:00 a 18:00 pm
4	CURSO DE ORGANIZACIÓN DE CADENAS DE PRODUCCION	Ing. Roberto Ojeda	16	Jefe de Producción(1)	1	Talleres de Nova Fit Loja.	X		Financiado por la Prensa	Los días sábado de 8:00 a 12:00 y de 14:00 a 18:00
5	CURSO DE MANEJO DE GERBER	Dm. Walter Berenzent	20	Patronista(1)	3	Salón de patronaje de Nova Fit	X	X	Financiado por la Empresa	Los días sábados 14:00 a 19:00.
6	CONTROL DE CALIDAD	Ing. Alicia Avilés	20	Operarios(5)	5	Talleres de Nova Fit Loja.	X	X	Financiado por la empresa	Los días sábados y domingos forma alternada para poder atender al público.

Fuente: INNOVATEX CIA LTDA

Elaboración: Los Autores

PRODUCTO: INNOVATEX CIA LTDA ofrece camisas Slim-Fit para caballeros con diseños exclusivos y materiales de excelente calidad, este producto está destinado para la población masculina de la ciudad de Loja comprendidas entre las edades de 15 hasta 35 años.

Todos nuestros clientes se beneficiaran con nuestro producto porque les aportara personalidad y confort a la hora de utilizar nuestras camisas, reinventara y dará más opciones al momento de combinar con las prendas que posee en su closet. Permitiéndoles a los caballeros expresen su estilo personal de manera novedosa.

PRODUCTO PRINCIPAL

**GRAFICO N° 30
PRODUCTO**



Fuente: INNOVATEX CIA LTDA

El producto de uso que pretendemos elaborar se relaciona con la fabricación de prendas de vestir “Camisas Slim-Fit”, destinadas para la población masculina de la ciudad de Loja comprendidas entre las edades de 15 hasta 35 años.

Así mismo su diseño será original y responde a las necesidades sociales de la moda en colores y modelos, estas prendas de vestir serán camisas manga larga, tendrá cuello camisero y bolsillo en la parte delantera al lado izquierdo (opcional) demostrando elegancia y calidad. Las tallas más comunes para cada unidad de producto serán tallas pequeñas, medianas, largas y extra largas.

PRODUCTO SECUNDARIO

No se cuenta con **PRODUCTO SECUNDARIO** debido a que se utiliza la mayor parte de la materia prima. Dado que los pequeños sobrantes de materia prima en la confección de camisas no sirven para la elaboración de un subproducto que pueda producir rentabilidad adicional.

PRODUCTO SUSTITUTOS

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

- Camisetas.
- Buzos.
- Bibidis.
- Camisas.

Estas prendas de vestir se las toma en cuenta como la oferta para la nueva unidad de producto.

MARCA:

Es nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores, en este caso hemos escogido el siguiente nombre **Nova Fit**, ya que este, creemos que es el adecuado para lograr que el producto que se ofrezca en el mercado sea de calidad.

LOGOTIPO:

GRAFICO Nº 31
LOGOTIPO



SLOGAN:

"Tu nuevo estilo en el vestir"

ETIQUETAS: La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y en segundo lugar, conocer sus características (*ingredientes, componentes, peso, tamaño*).

GRAFICO N° 32
ETIQUETA DE LA MARCA DE LA CAMISA



GRAFICO N° 33
ETIQUETA DE LA TALLA



GRAFICO N° 34
ETIQUETA DE LAVADO

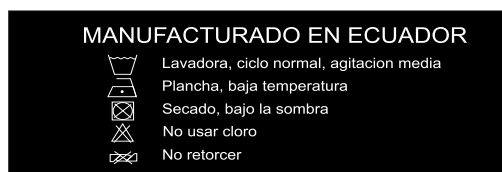


GRAFICO N° 35
ETIQUETA DE HECHO EN ECUADOR



CANALES DE DISTRIBUCIÓN: Innovatex está ubicado en las calles Mercadillo 16-48 y Av. Universitaria. En la primera y segunda planta del edificio. Cuando crezca, la empresa desearía mudarse a la zona industrial de la ciudad. Las ventajas que posee esta ubicación son el acceso, el espacio suficiente para toda su maquinaria, una excelente visibilidad e iluminación gracias a que posee amplias ventanas, un estacionamiento más conveniente y una mayor cercanía a los minoristas de la zona. La empresa utilizara un canal de distribución:

**GRAFICO Nº 36
CANAL COMERCIAL**



Nuestro producto será comercializado por un vendedor que ofrecerá los distintos modelos y colores de camisas para que sean exhibidas en los escaparates de las distintas boutiques, almacenes de ropa y ferias, de esta manera las aprecien y a su vez esto permita una transacción comercial con nuestros clientes finales. Además que se contratarán servicios de transporte externos a la empresa, esto con el objetivo de disminuir los costos fijos, que la mantención, y compra de camiones pueden acarrear, como de mismo modo la contratación de choferes. También se hará showrooms para los clientes en el que observarán las

tendencias que la empresa está utilizando y las combinaciones que podrían hacer con la mercadería que poseen en sus locales, dando de esta manera más realce a los escaparates de sus negocios.

PUBLICIDAD: La difusión de la camisa Slim-Fit se realizara mediante publicidad en radio, prensa escrita, valla publicitaria y redes sociales en los cuales se dará a conocer, a los clientes potenciales de la prenda de vestir.

CARTEL EN EL EXTERIOR: La colocación de un cartel en el exterior del edificio para que identifique.

GRAFICO Nº 37
CARTEL EN EL EXTERIOR DEL EDIFICIO



RADIO: Se pasaran cuñas en la emisora RADIO SOCIEDAD la misma que tiene una buena aceptación local, al igual las cuñas se pasaran en horarios de mayor rating.

PRENSA ESCRITA: Se pasaran dos circulares los días lunes y domingo en el periódico de mayor circulación de la ciudad que es LA HORA.

GRAFICO Nº 38
ANUNCIO PUBLICITARIO



Nova Fit
Shirt - Marker

Somos Fabricantes de Camisas en la Mejor
Calidad
Luce bien adquiriendo una gran variedad de
camisas adaptadas a tu medida...
Te esperamos...

Visitenos en: Mercadillo 16-54 y Av. Universitaria
Teléfono: 593 2582424
Loja- Ecuador

Fuente: INNOVATEX CIA LTDA

REDES SOCIALES: Ahora en la actualidad con el fácil acceso de los jóvenes a las redes sociales se crean las páginas sociales en las redes más conocidas como son: Facebook, Twitter y Google+ para dar a conocer todos los pormenores de los productos de la empresa.

VALLAS PUBLICITARIAS: Se contratara una de las vallas propiedad del municipio, la misma que rotara de ubicación cada 7 días.

GRAFICO Nº 39
VALLA PUBLICITARIA



Nova Fit
25%

Visitenos en: Mercadillo 16-54 y Av. Universitaria
Teléfono: 593 2582424
www.nova-fit.com.ec
Loja- Ecuador

Fuente: INNOVATEX CIA LTDA

PROMOCIÓN: Se promocionaran las prendas en los canales locales haciendo exhibiciones de las prendas en las secciones de moda y actualidad. Para de esta manera se conozcan la variedad de diseños, colores y los lugares donde podrían encontrar el producto.

Además se auspiciaran eventos y desfiles que tengan que ver con moda, para de esta manera aumentar la publicidad y conocimiento de la marca. Y también se realizara ofertas de temporada en el mes de febrero (Día de San Valentín), Junio (Mes del padre), Septiembre (Feria de Loja) y Diciembre (Navidad).

**GRAFICO Nº 40
OFERTAS**

OFERTAS DE TEMPORADA			
14 DE FEBRERO MES DEL AMOR Y LA AMISTAD	JUNIO MES DEL PADRE	SEPTIEMBRE FERIA DE LOJA	25 DE DICIEMBRE NAVIDAD
Descuentos de hasta 10%	Por la compra de una camisa se lleva una corbata	Por la compra de 3 camisas participa en la rifa de una computadora	Descuento de hasta un 15%
			

Fuente: INNOVATEX CIA LTDA

POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS.

Innovatex tendrá dos categorías de clientes para la venta:

- El precio minorista que pague al contado que tendrá un incentivo de descuento del 10%.
- El precio minorista más el interés para aquellos que paguen con tarjeta de crédito.
- El precio de minorista para aquellos que soliciten crédito, se dará previo una garantía de una letra firmada.

ESTUDIO TÉCNICO

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de diseño, confección y comercialización de camisas Slim-Fit para la población masculina comprendida entre los 15-35 años.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Su incidencia establece la relación entre la capacidad productiva durante un tiempo normal de actividades, pero para establecer un criterio concreto sobre el tamaño; es necesario planificar el número de camisas Slim-Fit a confeccionar durante el periodo de tiempo estimado, además se considera también la relación existente entre el tamaño y el mercado consumidor, la localización, la ingeniería etc.

TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. El análisis del tamaño de un proyecto tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución durante la vida útil del proyecto.

El tamaño de la empresa Innovatex Cía. Ltda. Se determinó tomando como referencia los resultados que se obtuvo del estudio de mercado, principalmente del balance entre la oferta y la demanda. Para determinar el tamaño de la empresa se consideró los siguientes aspectos: Se ocupara el segundo piso del edificio que está ubicado en las calles Mercadillo 16-48 y Av. Universitaria, espacio físico de 260 metros cuadrados lugar adecuado para cubrir las necesidades de la confección de camisas Slim-Fit.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. Dejando un margen confiable que permita superar los imprevistos de la inexperiencia, tanto en el uso y adecuación de la materia prima como en la capacitación y adiestramiento del personal.

La empresa **Innovatex Cía. Ltda.** , con sus 5 operarios y las 6 máquinas, trabajando u operando en el área de producción las 24 horas del día confecciona 105 camisas Slim-Fit, dado que por cada operario produce 1 camisa Slim-Fit cada 68 minutos. Esto calculado por los 365 días del año se obtiene una producción de 38.325 camisas Slim-Fit de forma anual.

- ✓ 24 Horas del día (1.440 Minutos)
- ✓ 5 Operarios
- ✓ 1 Camisa Slim-Fit (1 operario) /68 Minutos
- ✓ 21 Camisas diarias(1 Operario) *365 días del año = 7665* 5 Operarios=38.325 Camisas Slim-Fit al año

Las 38.325 camisas Slim-Fit anuales se consideran como la capacidad real máxima del proyecto.

CUADRO N° 39

CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE
1	38.325	100%
2	38.325	100%
3	38.325	100%
4	38.325	100%
5	38.325	100%
6	38.325	100%
7	38.325	100%
8	38.325	100%
9	38.325	100%
10	38.325	100%

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la producción de uno o varios productos, que el sistema de trabajadores y máquinas de la empresa puede generar, de acuerdo a unas condiciones dadas de mercado y de disponibilidad de recursos. Indica y explica el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

Se fija tomando como base la capacidad instalada la misma que es la cantidad de camisas Slim-Fit máximas que se está en la capacidad de confeccionar y vender, en base a esta información y a la demanda insatisfecha se determina la capacidad utilizada de la empresa. Para determinar el cálculo de la capacidad a utilizar se toma en cuenta las 8 horas laborables según lo establecido por la ley y los 264 días laborables en el años dando un resultado de camisas Slim-Fit a confeccionar y utilizar el de la capacidad instalada.

8 Horas del día laborables (480 Minutos)
5 Operarios
1 Camisa Slim-Fit (1 operario) /68 Minutos
7 Camisas diarias(1 Operario) *264 días del año laborables = 1.848 * 5 Operarios= 9.240 Camisas Slim-Fit al año

CALCULO

$$\begin{array}{l}
 38.325 \rightarrow 100 \\
 9.240 \rightarrow X
 \end{array}
 \qquad
 \begin{array}{l}
 \% = \frac{9.240 \cdot 100}{38.325} \\
 \% = 24,11\%
 \end{array}$$

CUADRO N° 40

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA		DEMANDA INSATISFECHA		CAPACIDAD INSTALADA
		PORCENTAJE	CANTIDAD	CANTIDAD	COBERTURA	
1	38.325	24,11%	9.240	29.782	31,03%	77,71%
2	38.325	26,00%	9.979	30.094	33,16%	78,52%
3	38.325	28,00%	10.718	30.445	35,21%	79,44%
4	38.325	30,00%	11.458	30.840	37,15%	80,47%
5	38.325	32,00%	12.197	31.276	39,00%	81,61%
6	38.325	34,00%	12.936	31.757	40,73%	82,86%
7	38.325	36,00%	13.675	32.282	42,36%	84,23%
8	38.325	38,00%	14.414	32.854	43,87%	85,72%
9	38.325	40,00%	15.154	33.474	45,27%	87,34%
10	38.325	41,00%	15.893	34.143	46,55%	89,09%

Fuente: Cuadro N° 39

Elaboración: Los Autores

En el primer año se decide utilizar el 24,11% de la capacidad instalada, dejando un margen aproximadamente de 75,89% de expansión en cobertura de ventas de camisas Slim-Fit en el mercado es decir, se confeccionara 9.240 camisas. Para el segundo año se prevé utilizar el 26% de la capacidad instalada, así mismo dejando un margen de seguridad respecto de la demanda insatisfecha, entonces se tendrá una producción de 9.979 unidades. En el tercer año se utilizara el 28% obteniendo una producción de 10.718 camisas Slim-Fit manga larga. Para el cuarto año se tiene previsto alcanzar un 30% de la capacidad instalada cuya producción será de 11.458 camisas. Así mismo para el quinto año se utilizara el 32% de la capacidad instalada que equivale a 12.197 camisas En el sexto año se utilizara el 34% teniendo una producción de 12.936 camisas Slim-Fit para este año. El séptimo año se utilizara el 36% de la capacidad instalada dando una producción de 13.675 unidades. Para el octavo año de vida útil se utilizara el 38%

dando una producción de 14.414 unidades de camisas Slim-Fit. En el noveno año de vida útil del proyecto se usara el 40% dando un total de producción de 15.154 camisas. Y para el último año se utilizara el 41% de la capacidad instalada, dando una producción de 15.893 camisas Slim-Fit.

Como se puede apreciar en el cuadro N° 40 la producción planificada en todos los años de vida útil del proyecto, está por debajo de la demanda insatisfecha de tal manera que se da seguridad al proyecto de inversión, consecuentemente se tendrá que realizar cobertura de mercado que garantice la venta de los niveles de producción.

LOCALIZACIÓN

Para definir la localización de una empresa, es decir, el lugar físico donde se desarrollara la actividad productiva y de comercialización, es necesario determinar la macro y micro localización; analizando estos factores no solo desde el punto de vista económico, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y del mercado.

La decisión de donde ubicar el proyecto es fundamental, para la realización de los objetivos de que nuestra empresa pretende alcanzar. Por ello, la localización adecuada es importante porque determina el éxito o fracaso del negocio.

Para la ubicación de nuestra empresa Innovatex hemos considerado algunos factores:

- ✓ **Servicios básicos:** El sector donde estará ubicada la empresa cuenta con todos los servicios básicos como es: agua potable, energía eléctrica, servicio telefónico e internet. Servicios que facilitan la producción y administración de la empresa.
- ✓ **Facilidad de acceso:** La empresa está ubicada las calles Av. Universitaria y Av. Alonso de Mercadillo 16-58, lugar adecuado de fácil acceso tanto para

la venta del producto como para la facilidad de llegar de los empleados-trabajadores.

- ✓ **Cantidad y calidad de mano de obra:** Para el proceso productivo que demanda esta actividad la empresa contara con el personal adecuado para realizar todas las fases de producción, tanto de mano de obra directa como indirecta.
- ✓ **Disponibilidad de materia prima:** Las materias primas necesarias para la confección de camisas Slim-Fit son las siguientes: tela, hilo, botones, Fusible y agua corriente, las mismas que son obtenidas en centros de ventas de otras ciudades.

MACROLOCALIZACIÓN

Es importante que nuestra empresa Innovatex tenga su reconocimiento en todo el territorio nacional para que nuestros clientes nos identifiquen la ubicación macro. Para ello se recurre al apoyo de mapas políticos y geográficos.

- ✓ **NIVEL NACIONAL – PAÍS ECUADOR**

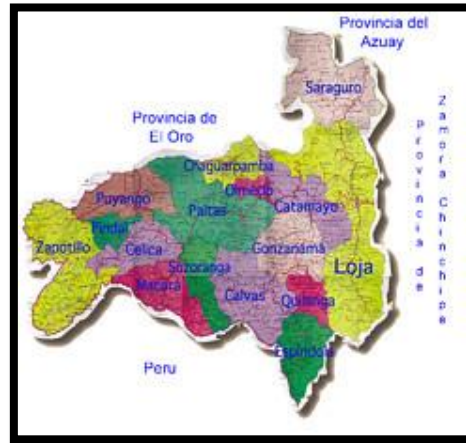
GRÁFICO Nº 41



Ecuador limita al Norte con Colombia, al Sur y Este con Perú y al Oeste con el Océano Pacífico.

✓ NIVEL PROVINCIAL – PROVINCIA LOJA

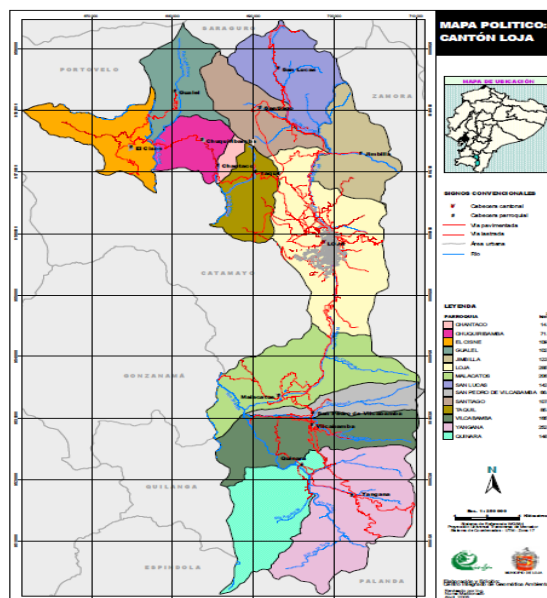
GRAFICO Nº 42



La provincia de Loja limita al norte, con la provincia del Azuay. Al sur, con la República del Perú. Al Oeste, con la provincia de El Oro. Al Este, con la Provincia de Zamora Chinchipe

✓ NIVEL CANTONAL – CANTÓN LOJA

GRAFICO Nº 43

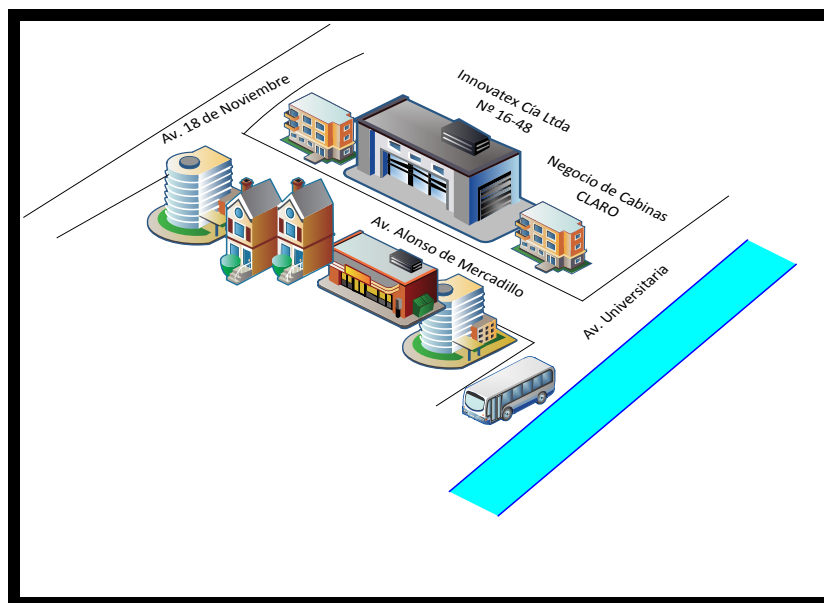


El cantón Loja limita al norte con el cantón de Saraguro, al sur y este con la provincia de Zamora Chinchipe, y al oeste con parte de la provincia de El Oro y los cantones Quilanga, Gonzanamá y Catamayo.

MICROLOCALIZACIÓN

En este punto se indica el lugar exacto en la cual la empresa Innovatex operara en el mercado local. Para ello se hace uso de planos urbanísticos. La empresa estará ubicada en la parroquia San Sebastián, barrio San Sebastián, en las calles Av. Alonso de Mercadillo N° 16-48 y Av. Universitaria. Se ha considerado este lugar porque cuenta con todos los servicios básicos indispensables que requieren para el normal funcionamiento de la empresa; es necesario indicar que la actividad a la que se dedicara la empresa no constituirá en ningún motivo una afectación al medio ambiente, puesto que no se utilizara elementos químicos o incineración de residuos que dañen el entorno, en el mapa que se presenta a continuación se muestra claramente la micro localización de la empresa Innovatex en la ciudad de Loja.

GRAFICO N° 44



INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto debe seleccionar el proceso de producción, cuya disposición en la planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y

la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

También se encarga del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseños, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución. Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios. Para ello deben analizarse las distintas alternativas y condiciones en que pueden combinarse los factores productivos, identificando a través de la cuantificación y proyección del monto de inversiones, costos e ingresos que se asocian a cada una de las alternativas de la producción. Por lo tanto, de la selección del proceso productivo se derivara las necesidades de equipo y maquinarias que se utilizan en el proyecto. La empresa Innovatex Cía. Ltda., por ser una empresa dedicada al diseño, confección y comercialización de camisas Slim-Fit, requiere de tecnología y maquinaria.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

No es más que referirse a las etapas que se realizan diariamente para llegar a cumplir el objetivo propuesto por la empresa. Luego de haber expuesto los diagramas del diseño producto, se describe los pasos correspondientes para llegar al producto final y listo para su comercialización. Este proceso tiene una duración de 68 minutos. Descripción de las fases:

1. TENDIDO DE LA TELA

Disponemos de 1 tablero o una mesa donde se estiran las telas. En el tablero o en la mesa hacemos el tendido de la tela de forma manual que posteriormente serán cortados. Esta actividad empleara un tiempo de 2 minutos.

GRAFICO N° 45

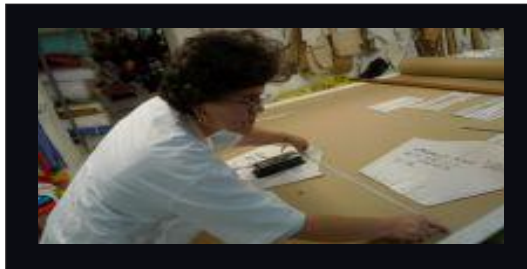


Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

2. OLOCACION DE PATRONES

Se coloca los patrones diseñados sobre la tela tendida. En esta actividad se tomara un tiempo en realizarla de 5 minutos.

GRAFICO N° 46



Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

3. CORTE

Se procede a cortar o destrozarse las distintas partes de las prendas. Para esta actividad se tomara un tiempo de 15 minutos.

GRAFICO N° 47



Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

4. ENTRETELAS

- ✓ **Adocenado:** fase en la cual se preparan todas las piezas de la camisa, por partidas de distintos modelos de hilo con el que se cose.
- ✓ **Termo fijado:** en este punto se pone el fisionable a los cuellos, puños.
- ✓ **Plancha:** primera fase de plancha para delanteros, portañueles y bolsillos.

Esta actividad tomara un tiempo en realizarla de 8 minutos.

GRAFICO N° 48



Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

5. ETIQUETAR

Con máquinas de coser se colocan etiquetas y especificaciones: de cuidado de la prenda, talla y marca. El tiempo para este paso será de 2 minutos.

GRAFICO N° 49

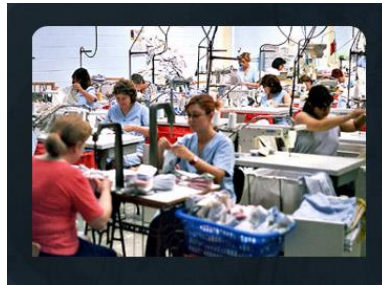


Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

6. CONFECCION

Operaciones para la construcción de la camisa donde cada trabajadora está especializada en una o dos operaciones del proceso de confección. En esta fase se lleva a cabo un exhaustivo control de calidad. Se revisa cada prenda una a una donde se repasan los hilos sobrantes del proceso de confección y nos aseguramos que la confección de cada prenda es la adecuada al 100%. Para este paso se emplea un tiempo de 30 minutos.

GRAFICO N° 50

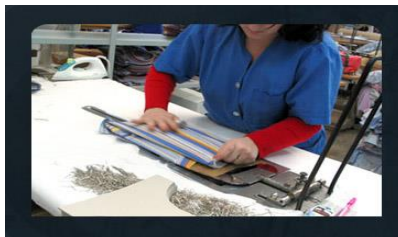


Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

7. PLEGADO

Segunda y definitiva fase de planchado donde ya disponemos de la prenda totalmente confeccionada. Posteriormente, se pliega la prenda manualmente con el máximo cuidado. Se emplea un tiempo de 2 minutos.

GRAFICO N° 51



Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

8. CONTROL DE CALIDAD

Las piezas terminadas son revisadas por el dueño o por un encargado, con el fin de que no existan defectos en el acabado. De existir fallas se repara la pieza a mano, pero de ser muy prominentes la pieza se desecha y se separa de las piezas servibles. De obtenerse las prendas en buen estado, se planchan las camisas al vapor para mejorar la sensación al tacto y corregir las arrugas (vista de la prenda). Se emplea un tiempo de 2 minutos.

GRAFICO N° 52



Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

9. EMPACADO

Las camisas terminadas son empacadas en bolsas y agrupadas de acuerdo a la talla en grupos de 10 a 15 camisas. Los paquetes son llevados al área de bodega, lugar fresco y seco, donde permanecen hasta su distribución a los clientes o a la tienda donde se comercian. Se tomara un tiempo de 2 minutos.

GRAFICO N° 53



Fuente: Taller propio de INNOVATEX CIA LTDA

DISEÑO DEL PRODUCTO FINAL – CAMISA SLIM-FIT

Una vez cumplido con todos los pasos del proceso productivo en un tiempo de 68 minutos por camisa, el producto llega a su etapa final en el que está listo para ser comercializado en el mercado. El producto final es decir la camisa Slim-Fit queda de la siguiente manera:

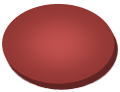
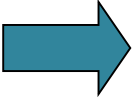
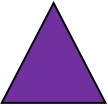


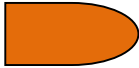
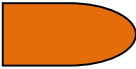
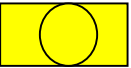
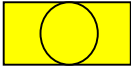
GRÁFICO N° 54



DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

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

SIMBOLOGÍA:

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

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE CONFECCIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT

CUADRO N° 41

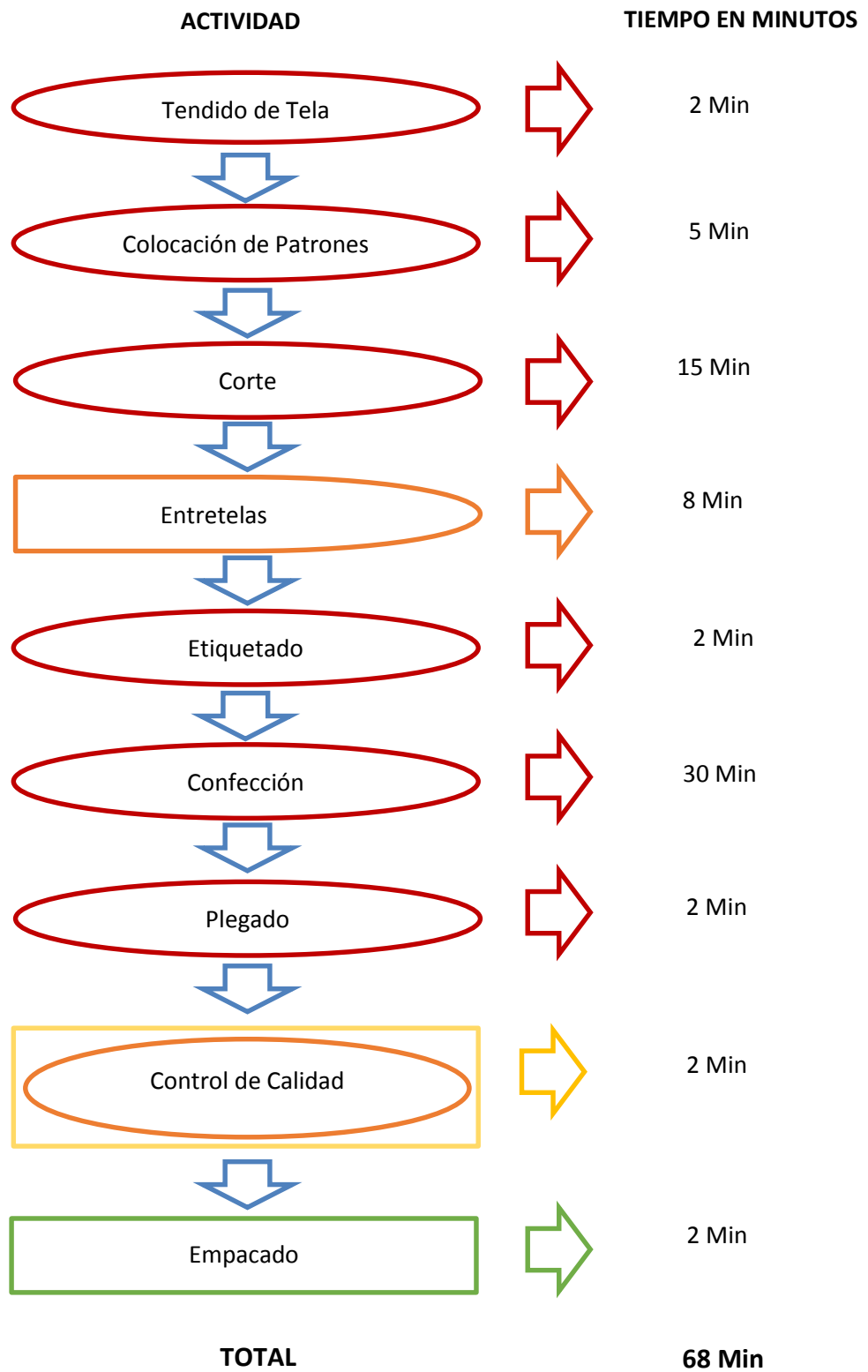
FASES	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN E INSPECCIÓN	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO (MINUTOS)
1	Tendido de la Tela	●						2 min
2	Colocación de Patrones	●						5 min
3	Corte	●						15 min
4	Entretelas				●			8 min
5	Etiquetado	●						2 min
6	Confección	●						30 min
7	Plegado	●						2 min
8	Control de Calidad			●				2 min
9	Empacado		■					2 min
TOTAL								68 min

**Nota Aclaratoria: Este tiempo se cumple siempre y cuando la mano de obra tenga las habilidades, destreza y experiencia en la rama de confección de camisas.*

*

GRÁFICO N° 55

DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CAMISAS CASUALES



MAQUINARIA Y EQUIPO, HERRAMIENTAS

En esta sección describiremos los equipos con los que contara la empresa de confección de camisas radicándose su importancia en el éxito del procesamiento de productos de buena calidad. La maquinaria que se necesita para la confección y comercialización de camisas Slim-Fit se describe a continuación:

MAQUINARIA Y EQUIPO

MÁQUINA RECTA: Las máquinas de coser pueden hacer variedad de puntadas rectas o en patrones. Incluyen medios para arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la aguja de coser para formar el patrón de la puntada.

ESPECIFICACIONES

- Revoluciones por minuto (r.p.m.) 3500
- Puntadas por minuto (p.p.m.) 6500
- Puntadas por pulgada (p.p.p.) 6.5 ~ 25 (min ~ max)
- Largo de puntada (l.p) 1 ~ 4 mm
- Ancho de puntada de orleado (a.p.) 3.5 ~ 4.5 mm
- Lubricación automática a presión
- Sistema de aguja 81 x 1 para orleado

GRÁFICO Nº 56



MÁQUINA BOTONERA: Esta máquina resulta muy conveniente para confeccionar prendas que requieran de una cantidad considerable de botones en

su diseño Nuestra máquina industrial para coser botones es perfecta para la confección de diversos tipos de prendas, bien sean tejidas o no. Proporciona más de 20 tipos de formas para botones, podemos proporcionar una amplia gama de botones esto hará sus diseños más atractivos y sofisticados.

Especificaciones de la máquina industrial de coser botones

- Máxima velocidad del eje principal: 300r.p.m
- Desplazamiento del cabezal: 34mm

GRÁFICO Nº 57



MÁQUINA OJALADORA: Esta máquina de alta velocidad se aplica para confección de ojales en todas las clases de soporte: algodón, fibra, paño, en telas delgadas y gruesas. La máquina puede coser dos tipos de puntadas, una puntada plana y de triángulo, manteniendo la costura prolija y firme. La longitud y la anchura de los ojales, y los números de la puntada son ajustables. Cuenta con tijera automática y sistema lubricante.

Características de la máquina ojaladora con doble pespunte electrónico CM-800:

- Control electrónico: 21 patrones incorporados y patrones originales están disponibles.
- La palanca de la prensa telas es de altura ajustable: hace que sea más fácil colocar y retirar el material.
- Corte rápido y preciso

- Máquina de punto fijo
- Sistema manual de lubricación
- Máquina de alta velocidad y bajo nivel de ruido

GRÁFICO Nº 58



MÁQUINA CERRADORA DE CODOS: El mecanismo de agujas y alimentación en esta máquina son excelentes, de tal modo que tenemos como resultado un bellos acabado en la costura y previniendo el arrugado en la costura, salto y desigualdad en la puntada.

ESPECIFICACIONES TECNICAS:

- Velocidad máxima: 4000 puntadas por minuto
- Altura del pie prensa tela: 10mm /10- 11 mm
- Largo de puntada: 3.0-3.5 mm/ 3.0-4.2mm
- Aplicación: Pantalón, jeans, ropa informal, pijamas, camisas deportivas, etc.

GRÁFICO Nº 59



MÁQUINA FUSIONADORA: Es una máquina de alta calidad que puede ser utilizada por dos o más operarios al mismo tiempo. En la mayoría de las operaciones, los operarios no pueden mantener el alcance con la velocidad de la máquina. Viene con un tratamiento especial de banda silicona para prevenir la adherencia de materiales. La banda tiene fácil alineamiento y cuando es necesario.

CARACTERÍSTICAS:

- Exactitud de temperatura $> \pm 2\%$
- Velocidad variable, 4-24 segundos.
- Presión Variable.
- Superficie de fusiónado continuo.
- Palanca de liberación de tiempo dilatado.

GRÁFICO Nº 60



HERRAMIENTAS

CORTADORA DE TELA: Máquina recta para cortar tela en 6, 8, 10 y 12 pulgadas. Conveniente para algodón, cuero y género de lana, lino de fibra sintético, etc. Realiza cortes limpios, rectos y curvilíneos. Tiene un funcionamiento con poco ruido, estable, fácil operación y de alta eficacia. Además cuenta con dispositivo de cuchillo automático, para operar de forma más fácil.

GRÁFICO N° 61



PLANCHA SEMI-INDUSTRIAL SINGER: El uso es versátil sirve para las 3 cosas, para plancha la ropa, para pegar calcomanías y estampar o transferir en textiles tanto claros como oscuro e incluso como sellador de bolsas grandes. Ya que tiene calor y presión

GRÁFICO N° 62



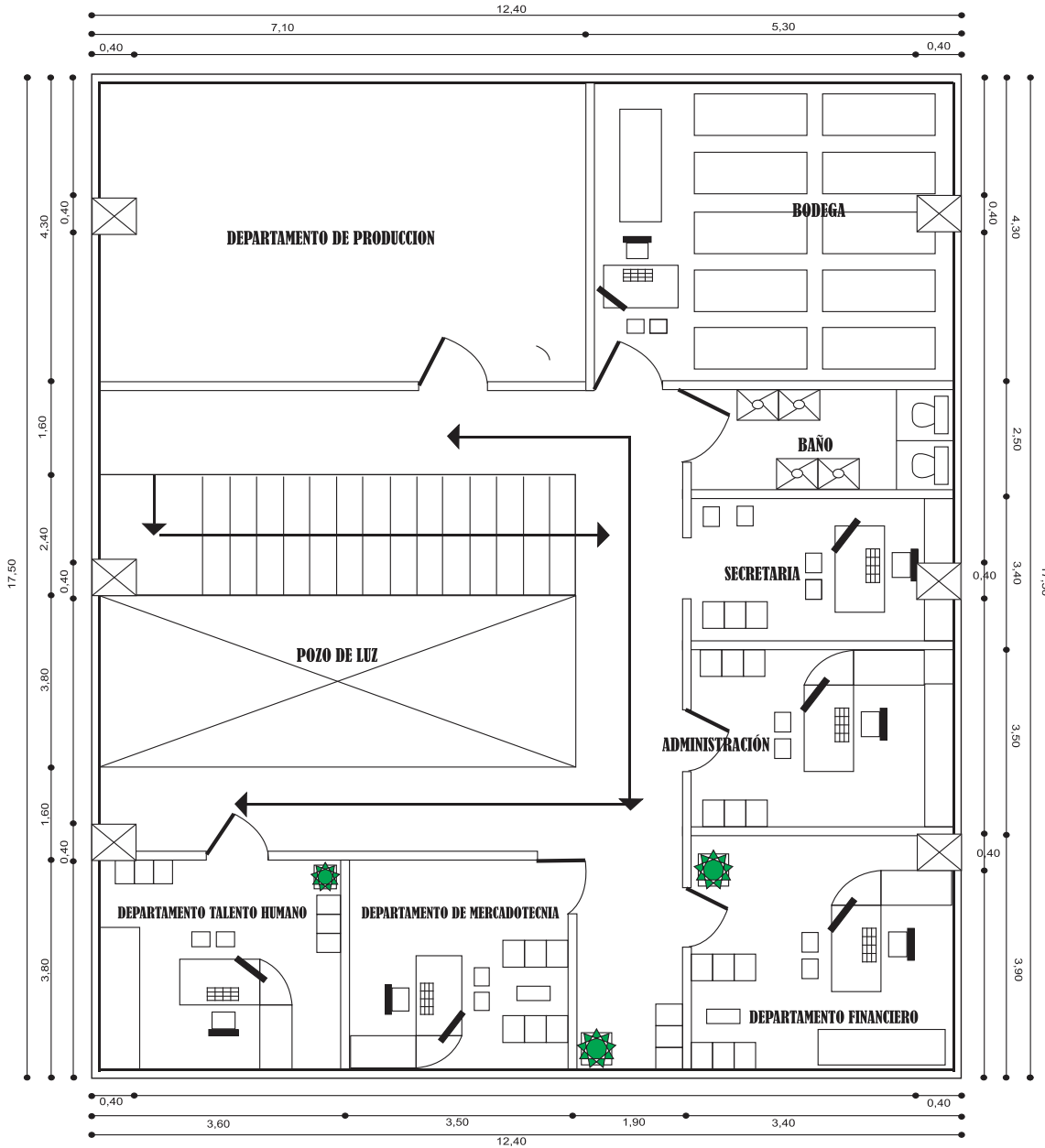
INGENIERIA DE LA PLANTA


Como ingeniería del proyecto se entiende el estudio que permite llegar a determinar la función de producción adecuada a través de la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción. Además permitirá planificar y organizar aspectos de la empresa en lo que se refiere a instalación, funcionamiento, descripción del proceso, materia prima y equipo; la cual debe

disponer la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos que la empresa posee para facilitar la circulación de los materiales y de las personas con el único fin de hacer más eficiente el proceso de producción. El diseño de las instalaciones permite la utilización efectiva del espacio disponible.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA "INNOVATEX"

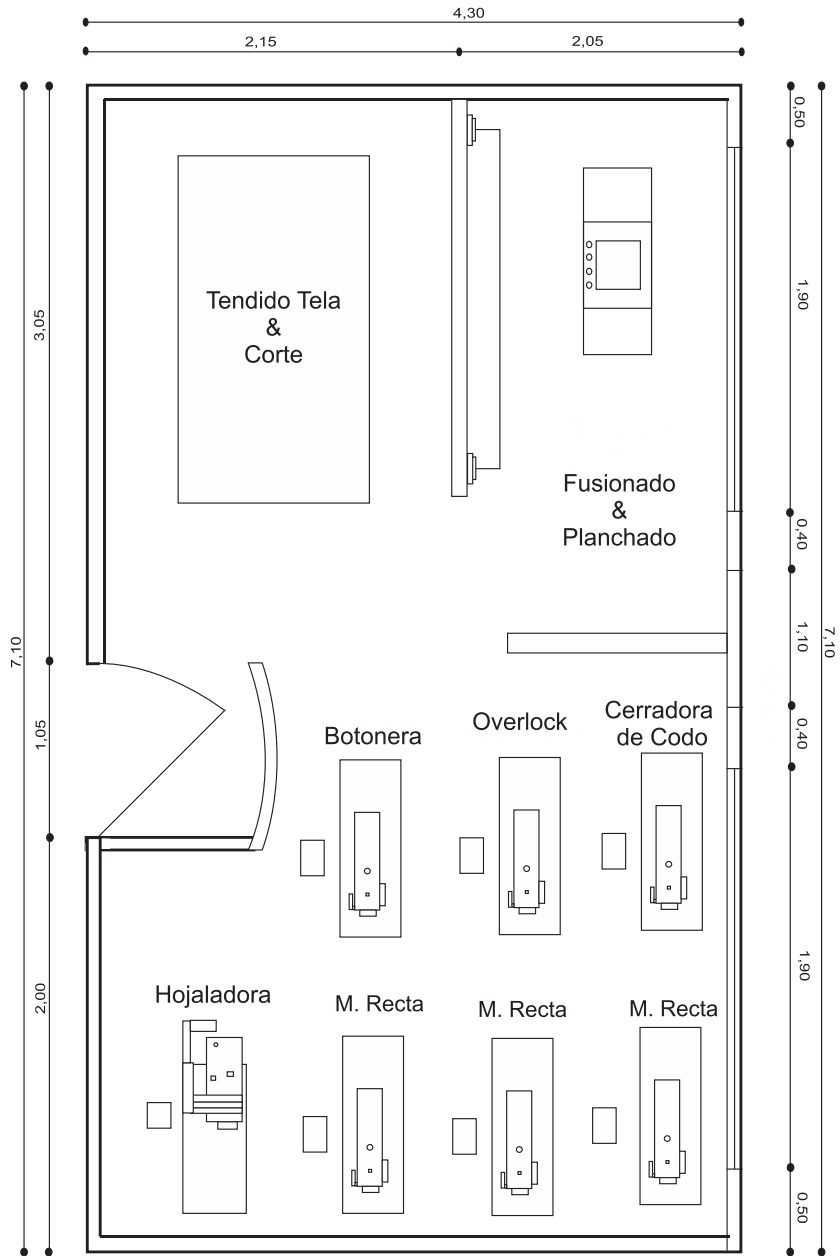
GRAFICO Nº 63



REMODELACION OFICINAS DE INNOVATEX			
 Arquitectos y Construcciones Av. Cuxibamataba n 05-05 entre Tulcán e Ibarra - Tel.: 256 3414	CONTIENE	UBICACIÓN	1 <hr/> 1
	PLANTA DE OFICINAS	MERCADILLO Y AV. UNIVERSITARIA	
	ESCALA	PROPIETARIO:	
	1-----75	INNOVATEX CIA.LTDA	

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN

GRAFICO Nº 64



REMODELACION OFICINAS DE INNOVATEX			
 Arquitectos y Construcciones Av. Cuxibamaba n 05-05 entre Tulcán e Ibarra - Tel.: 256 3414	CONTIENE PLANTA DE PRODUCCIÓN	UBICACIÓN MERCADILLO Y AV. UNIVERSITARIA	2 / 2
	ESCALA 1-----75	PROPIETARIO: INNOVATEX CIA.LTDA	

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

BASE LEGAL: La empresa a crearse se registrará por la ley de compañías, código de trabajo, código tributario y el reglamento orgánico funcional interno de la empresa.

La empresa será constituida como una compañía de Responsabilidad Limitada de acuerdo a los requerimientos establecidos por la Superintendencia de Compañías, su capital social se constituirá con las aportaciones de los socios; debiendo cumplir con los derechos y obligaciones conforme lo determine la ley.

DESCRIPCIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN.

“ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN”⁴²

EMPRESA “INNOVATEX CIA LTDA”

Constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada⁴³

Señor Notario:

En el registro de Escrituras Públicas a su cargo, díguese insertar una que contiene la **Constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada “INNOVATEX Cía. Ltda.”**. De acuerdo a las siguientes estipulaciones:

PRIMERA: Comparecientes.- Comparecen por sus propios derechos al otorgamiento de esta escritura los señores: Robert Ernesto Ogoño Sinche, casado, con número de cedula 110379156-0; Yhofre Alexander Paladinez Castillo, soltero, con cedula de identidad 110493860-8; y, Gina Vanessa Benítez Lozano, casada, con cedula de identidad 110338652-9; todos de nacionalidad ecuatoriana domiciliados en la ciudad de Loja, legalmente capaces, sin impedimento para establecer esta compañía; quienes comparecen por sus propios derechos.

⁴² MANUAL DE PRACTICA SOCIETARIA-Dr. Carlos M. Ramírez Romero-2da Edición 2003-Pag. 77-96

⁴³ PROCEDIMIENTO NOTARIAL- Rodrigo León L. -Edición 2012 -Tomo 2-Pag. 791-806

SEGUNDA: Constitución.- Los comparecientes libres y voluntariamente convienen en constituir la Compañía de Responsabilidad Limitada” **INNOVATEX Cía. Ltda.**” Que se regirá por las Leyes del Ecuador y el siguiente Estatuto.

TERCERA: Estatuto.- Estatutos de la Compañía “**INNOVATEX Cía. Ltda.**”

CAPITULO I

Nombre, Domicilio, Objeto Social y Plazo de Duración.

Art.1.-Nombre.- La Compañía llevará el nombre de “**INNOVATEX Cía. Ltda.**”. Nombre con el cual deberá identificarse en todos los actos, contratos y asuntos judiciales.

Art.2.-Domicilio.- El domicilio principal de la Compañía es la ciudad de Loja, Cantón Loja, Provincia de Loja, y, por resolución de la junta general de socios, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas y representaciones en cualquier lugar del País o del exterior, conforme a la Ley.

Art.3.- Objeto Social.- La compañía tiene como objeto social principal la actividad correspondiente como Industria de Confección de prendas de vestir, y por consiguiente podrá realizar las siguientes actividades: a) Diseño y Confección de prendas de vestir; b) Venta indirecta al usuario de todos los productos de la industria de confección de prendas de vestir; c) Prestación de servicio de maquila al usuario. Además, en general, la compañía podrá realizar toda clase de actos y contratos, civiles, mercantiles, permitidos por la ley y relacionados con el objeto social principal.

Art.4.-Plazo de duración.- El plazo de duración de la compañía es de 10 años contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; pero podrá disolver en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resolviese la Junta General de Socios en la forma prevista en la Ley de Compañías en este Estatuto.

CAPITULO II

Capital Social, de las Participaciones y de la reserva Legal

Art. 5.- Capital Social.- El capital social de la compañía es de 25.000 dólares de los estados Unidos de América, dividido en 25.000 participaciones de un dólar cada una, las que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente, certificado que estará firmado por el Gerente General o Administrador y por el Presidente de la Compañía.

Art. 6.- Aumento de Capital.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de Socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social presente en la sesión en la forma prevista a la Ley. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportaciones sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

Art. 7.- Pago de Aumento de Capital.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o utilidades, por revalorización de patrimonio y por los demás medios conocidos por la Ley.

Art. 8. Reducción de Capital.- La reducción de capital se regirá por lo previsto en la Ley de Compañías; y, en ningún caso se tomará resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, con las excepciones de Ley.

Art. 9. Certificados de Aportación.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aportación que le corresponda; dichos certificados de aportación se extenderán en libretines acompañados de talonarios, en los mismos se hará constar: la denominación de la Compañía, el capital suscrito y el capital pagado,

numero de aportaciones, nombre del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, Notaria en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición. La constancia e no ser negociable, la firma y rubrica del presidente y del Administrador de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y, para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

Art.10.- Perdida del Certificado de Aportación.- En caso de pérdida, destrucción o substracción del certificado de aportación, el socio podrá solicitar un duplicado. La emisión de un nuevo certificado contendrá el mismo texto, valor y número del original, razón que se marginara en el libretín correspondiente y se registrara en el libro correspondiente de la compañía.

Art. 11.- Transferencia de las Participaciones.- Las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, y transmisibles por herencia, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social.

Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

En caso de cesión de participaciones, se anulara el certificado original y se extenderá uno nuevo mediante escritura pública.

Art.12.- Fondo de Reserva.- La compañía formara un fondo de reserva legal de por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas para este fin.

Art.13.- De la Amortización.- La amortización de las partes sociales, será permitida solamente en la forma y con los requisitos que señala la ley de compañías.

CAPITULO TERCERO

De los Socios, de sus Deberes, Atribuciones y Responsabilidad

Art.14.- Obligación de los Socios.- Son obligaciones de los socios: a) Las que señala la Ley de Compañías; b) Cumplir las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta General de Socios el Gerente General o Administrador y el Presidente de la Compañía; c) Cumplir con las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía, cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios y, d) las demás que señale este estatuto.

Art.15.- Derechos de los Socios.- Los socios de la Compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate de poder notarial o de carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión, y el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio o su mandatario tendrá derecho a un voto; b) a elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización; c) a percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones pagadas; lo mismo respecto del acervo social, de producirse la liquidación de la compañía; d) limitar la responsabilidad al monto de sus participaciones sociales con las excepciones de ley; e) Solicitar a la Junta General de Socios la revocación de designación de Gerente General o Administrador por los causales que determina la Ley de Compañías. Impugnar los acuerdos o resoluciones de la Junta General de Socios, adoptados ilegalmente; y f) los demás derechos previstos en la Ley de este Estatuto.

CAPITULO CUARTO

Del Gobierno y de la Administración

Art.16.- Gobierno y Administración de la Compañía.- El Gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: la Junta General de Socios, el Presidente y el Administrador.

Sección uno: De la Junta General de Socios.

Art.17.- De la Junta General de Socios.- La Junta General de Socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo y la máxima autoridad de la Compañía, sus relaciones obligan a los socios sin perjuicio del derecho de impugnación previsto por la Ley. La Junta General de Socios está facultada para conocer de todos los asuntos sociales y negocios de la Compañía.

Art.18.- Clases de Junta.- Las Juntas Generales son Ordinarias, Extraordinarias y Universales.

Art.19.- Juntas Generales serán Ordinarias y Extraordinarias.- las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de la junta general de socios en la modalidad de junta universal; esto es que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

Art.20.- Las juntas ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los dos meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía; y, las extraordinarias en cualquier tiempo en que fueren convocadas. En las sesiones de junta general tanto ordinarias como extraordinarias se

trataran únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

Art.21.- Convocatoria.- Las juntas generales ordinarias y extraordinarias ser convocadas por el Presidente y/o Administrador de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios y con 5 días de por lo menos de anticipación al señalada por la sesión de la junta. La convocatoria indicara el lugar, local, fecha, hora y el orden del día u objeto de la sesión, de conformidad a la ley.

Art.22.- Contenido de la Convocatoria.- La convocatoria a junta general contendrá:

- a) El llamamiento a los socios de la entidad, con la expresa mención del nombre de la misma;
- b) La dirección precisa del local en el que se celebra la reunión que estará ubicado dentro del domicilio principal de la entidad.
- c) La fecha y hora de la junta. La hora de iniciación señalada entre las 14h00 y las 18h00 horas.
- d) La indicación clara, específica y precisa del o de los asuntos que serán tratados en la junta, sin que sea permitido el empleo de términos ambiguos, remisiones a la ley, a sus reglamentos o al estatuto.
- e) En caso de que la junta vaya a conocer los asuntos a que se refiere el numeral segundo del artículo 231 de la ley de Compañías, la indicación de los documentos mencionados en el artículo 292 de dicha ley están a disposición de los socios o accionistas, por lo menos con quince días de anticipación a la fecha de la junta que deba conocerlos; y,
- f) Los nombres, apellidos y cargo de la persona o personas que hacen la convocatoria de conformidad a la ley y el estatuto.

Art.23.- Quórum.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, En la primera convocatoria será más de la mitad del capital social, por lo menos; en

segunda convocatoria se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicara en la convocatoria.

Art.24.- Votaciones.- Las resoluciones se tomaran por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señale este mismo Estatuto y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

Art.25.- Cumplimiento de Resoluciones.- las resoluciones de la junta general de socios tomadas con arreglo a la Ley y a lo que dispone este Estatuto, obligaran a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto, estuviesen o no de acuerdo con dichas resoluciones.

Art.26.- Las sesiones de junta general de socios serán presididas por el Presidente de la Compañía y a su falta por la persona designada en cada caso de entre los socios. Actuará de Secretario el Gerente General o el socio que, en su falta, la junta elija en cada caso.

Art.27.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevaran a máquina, en hojas debidamente foliadas, numeradas escritas en el anverso y reverso, anulados los espacios en blanco las que llevaran firma del Presidente y el Secretario.

De cada sesión de junta se formara un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubiesen sido conocidos por la junta.

En todo caso, en lo que se refiere a las actas y expedientes se estará a lo dispuesto en el Reglamento sobre Juntas Generales de Socios y Accionistas.

Art.28.- Atribuciones Privativas de la junta General.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

- a) Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración; y, en general, resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y al Estatuto;
- b) Nombrar al presidente y al Gerente General o Administrador, señalándose sus remuneración, y removerlos por causas justificadas;
- c) Conocer y resolver sobre las cuentas , balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- d) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver sobre la formación de fondos de reserva, especiales, facultativos o extraordinarios;
- f) Acordar la exclusión del socio de acuerdo con las causas establecidas en ley.
- g) Resolver cualquier asunto que no sea de competencia privativa del presidente o del Administrador y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- h) Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto y sobre las convenciones que rigen la vida social;
- i) Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía;
- j) Aprobar los reglamentos de la compañía;
- k) Aprobar los presupuestos de la compañía;
- l) Resolver la creación o supresión, de sucursales , agencias, representaciones y oficinas de la compañía;
- m) Fijar la clase y monto de las cauciones que tengan que rendir los empleados que manejen bienes y valores de la compañía;
- n) Las demás que señale la ley la ley de compañías y este Estatuto.

Art.29.- Las resoluciones de la junta general de socios son obligatorias desde el momento que son tomadas válidamente.

Sección Dos: Del Presidente

Art.30.- El Presidente será nombrado para la junta general de socios para un periodo de dos años, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

Art.31.- Deberes y Atribuciones del Presidente.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

- a) Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la compañía en forma individual o conjunta con el señor Gerente General o Administrador;
- b) Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño general de las funciones de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios;
- c) Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;
- d) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad;
- e) Reemplazar al gerente general, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones conservando las propias, mientras que dure la ausencia o hasta que la junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento, y aunque no se le hubiere encargado por escrito.
- f) Firmar el nombramiento del Gerente General o Administrador y conferir certificaciones sobre el mismo;
- g) Actuar conjuntamente con el Gerente General Administrador en la toma de decisiones trascendentales de la empresa, como inversiones, adquisiciones o negocios que superen la cuantía que señale la junta general de socios;
- h) Designar a los empleados de la compañía conjuntamente con el Gerente General o Administrador;

- i) Las demás que señale la ley de compañías, el Estatuto y Reglamento de la Compañía; y, la junta general de socios.

Sección Tres: Del Gerente General

Art. 32.- El Gerente General será nombrado por la junta general de socios y durara dos años a su cargo pudiendo ser reelegido en forma definida.

Puede ser socio o no.

Art.34.- Deberes y Atribuciones del Gerente General.- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la compañía:

- a) Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial;
- b) Realizar los actos y contratos y obligar por si solo a la Compañía hasta suma o cuantía de veinte salarios mínimos unificados; para cuantías superiores deberá comparecer conjuntamente con el presidente, y para cuantías que sobre pase los treinta y un salarios mínimos unificados, requerirá autorización de la junta general de socios y deberá comparecer con el presidente, sin perjuicio del Art. 12 de la ley de Compañías;
- c) Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;
- d) Gestionar, Planificar, coordinar y organizar el desarrollo económico, financiero, laboral para cumplir las actividades de la compañía;
- e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía;
- f) Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias certificadas sobre el mismo;
- g) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil.
- h) Convocar por si o a pedido de alguno de los socios cuyas aportaciones representen no menos de la décima parte del capital social, a sesión de Junta General y suscribir sus actas de haber actuado como su secretario ;

- i) Llevar los libros de contabilidad, actas y expedientes de cada sesión de junta;
- j) Manejar las cuentas bancarias de la compañía según sus atribuciones;
- k) Presentar a la junta general de socios un informe, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficio según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;
- l) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socio;
- m) Designar a los empleados de la compañía conjuntamente con el Presidente;
- n) Subrogar al Presidente en su falta o ausencia o cuando tuviere impedimento temporal o definitivo;
- o) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley; el presente Estatuto y Reglamentos de la Compañía, y otras concordantes que señale la junta general de socios.

CAPITULO QUINTO

De la Fiscalización

Art.34.- La junta general de socios podrá contratar la asesoría contable o auditoria de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia, en cualquier tiempo.

En lo que se refiere a Auditoria Externa se estará a lo que dispone la Ley.

CAPITULO SEXTO

De la Disolución y Liquidación

Art.35.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la

sección doce de esta Ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente Estatuto

Art. 36. No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

Art. 37. Liquidación.- La liquidación de la compañía se regirá por las disposiciones pertinentes en la Ley General de Seguros y para su liquidación se aplicará lo dispuesto en el Capítulo XII, secciones I, II y III de la mencionada ley, y en forma supletoria lo determinado en la Ley de Compañías, así como por el reglamento sobre liquidación de Compañías, así como por el reglamento sobre liquidación de Compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

Art. 38.- Designación de Liquidadores.- Cuando la superintendencia de Bancos declare y ordene la liquidación, se designará un liquidador por parte de la autoridad competente, para el efecto no podrán ser liquidadores de una compañía quienes no tengan capacidad civil, ni sus acreedores, ni sus deudores, banqueros, comisarios, ni sus administradores, cuando la disolución haya sido una consecuencia de su negligencia o dolo, los liquidadores deberán aceptar el nombramiento dentro de los términos de cinco días en los casos de resoluciones individuales, y de treinta días en los casos de resoluciones masivas, contados desde la fecha de notificación con la resolución de disolución y liquidación. Designados los liquidadores principal y suplente inscribirán su nombramiento en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía. O de las sucursales si las hubiere, dentro del término de diez días contados desde la fecha de su nombramiento o de su aceptación, en incumplimiento de los términos dejara sin efecto la designación, todo esto conforme lo establece el literal b) del numeral cuatro de la sección décimo segunda de la Ley de Compañías.

Art.39.- Disposición General.- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley General de Seguros, Reglamento General, a la Ley

General de Seguros, La ley de Compañías en forma supletoria y a las normas que para el efecto dicte la Superintendencia de Bancos.

Art.40.- Auditoria.- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, La junta General de Socios, podrá contratar la Asesoría contable o auditoria de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

Art.41.- Auditoria Externa.- En lo que se refiere a la Auditoria Externa se estará a lo que se dispone la Ley.

CAPITULO V

Disposiciones Generales

Art.42.- De los Derechos y Obligaciones de los Socios.- A más de los derechos y obligaciones establecidas por la ley General de Seguros, Ley de Compañías vigente y estos Estatutos los socios podrán solicitar a los demás administradores informes del estado general de la Empresa o datos y explicaciones sobre alguna negociación o acto en particular ya directamente o en el seno de la Junta General convocada al efecto.

Art.43.- Fondo de Reserva.- De las utilidades liquidas y realizadas de la compañía se segregara el 5% (cinco por ciento) para constituir el fondo de reserva, hasta que este alcance por lo menos el 25% (veinte y cinco por ciento) del capital social.

Art.44.- Beneficios Sociales.- Las utilidades liquidas se determinaran anualmente a la determinación de cada ejercicio económico y luego de deducidos los rubros determinados por la ley y los constantes del artículo 15 de los Estatutos. El ejercicio anual se contara desde el primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año.

Art.45.- Fiscalización.- La Junta General resolverá anualmente sobre la forma en que la fiscalización deba efectuarse para cada ejercicio económico, pudiendo nombrar comisarios o pudiendo contratar Auditorias que tendrán las funciones que la Junta les conceda y las que confiera la ley y los reglamentos aplicables a él o los Comisarios, en caso de que la junta los designe duraran en sus funciones un año.

Art.46.- La Compañía para todo aquello que no estuviera establecido por estos estatutos, se sujetara a la Ley General de Seguros, Ley de Compañías y más disposiciones legales pertinentes.

Art.47.- Integración de Capital.- El Capital Social de la Compañía INNOVATEX Cía. Ltda. Es de veinte y cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América el mismo que ha sido íntegramente suscrito y pagado por los socios conforme el siguiente cuadro.

SOCIOS Nº	Participaciones	Capital Suscrito	Capital Pagado	Capital a Pagar	Porcentaje
1.-Robert Ernesto Ogoño Sinche	10.000	10.000	10.000	-	100%
2.- Yhofre Alexander Paladinez Castillo	10.000	10.000	10.000	-	100%
3.- Gina Vanessa Benítez Lozano	5.000	5.000	5.000	-	100%
TOTAL	25.000	25.000	25.000	-	100%

De acuerdo al cuadro que antecede, los socios poseen las siguientes participaciones: Señor Robert Ernesto Ogoño Sinche 10.000 participaciones, Señor Yhofre Alexander Paladinez Castillo 10.000 participaciones, Señora Gina Vanessa Benítez Lozano con 5.000 participaciones. Todas las participaciones son de un dólar (\$1) cada una.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Se Faculta al Señor Julio Ernesto Ogoño Aguinsaca, para que realice todos los

trámites conducentes a la constitución de la Compañía, incluida la inscripción en el Registro Mercantil, así como la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el servicio de Rentas Internas: y, al Señor Yhofre Alexander Paladinez Castillo, para que convoque a la primera reunión de junta General de socios. Usted Señor Notario, se dignara agregar las demás solemnidades de estilo necesarias para la plena validez de este instrumento.

F.) Dr. Julio Ogoño A.

Abogado

Matricula 1199 C.A.L.

DISEÑO ORGANIZACIONAL

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

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

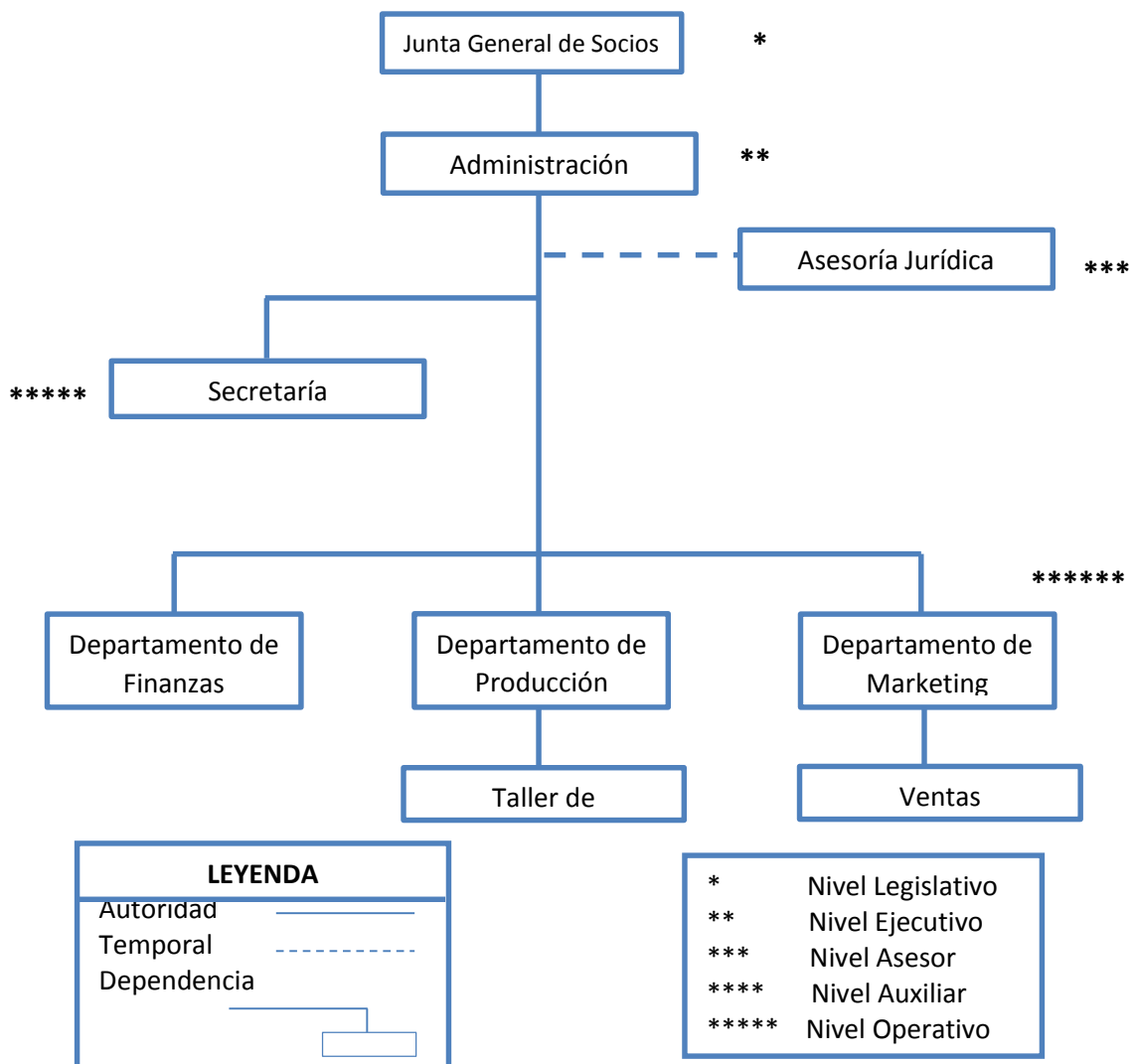
- **NIVEL LEGISLATIVO:** Representa el primer nivel de autoridad de la empresa, lo que constituye la Junta General de Socios, cuya función es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones.
- **NIVEL EJECUTIVO:** Es el segundo nivel de autoridad, constituido por el *Administrador* encargado de la toma de decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo autoridad para garantizar su cumplimiento.

- **NIVEL ASESOR:** La empresa tendrá un asesor en el área legal quien asesora al administrador. Este nivel será temporal porque se lo contratara de acuerdo a los requerimientos de la empresa.
- **NIVEL AUXILIAR:** Este nivel está integrado por la *Secretaria* quien servirá de apoyo, la misma que coordinara las actividades con los demás niveles administrativos.
- **NIVEL OPERATIVO:** Está integrado por los obreros y vendedores de la empresa los cuales serán los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

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

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA INNOVATEX CÍA. LTDA.

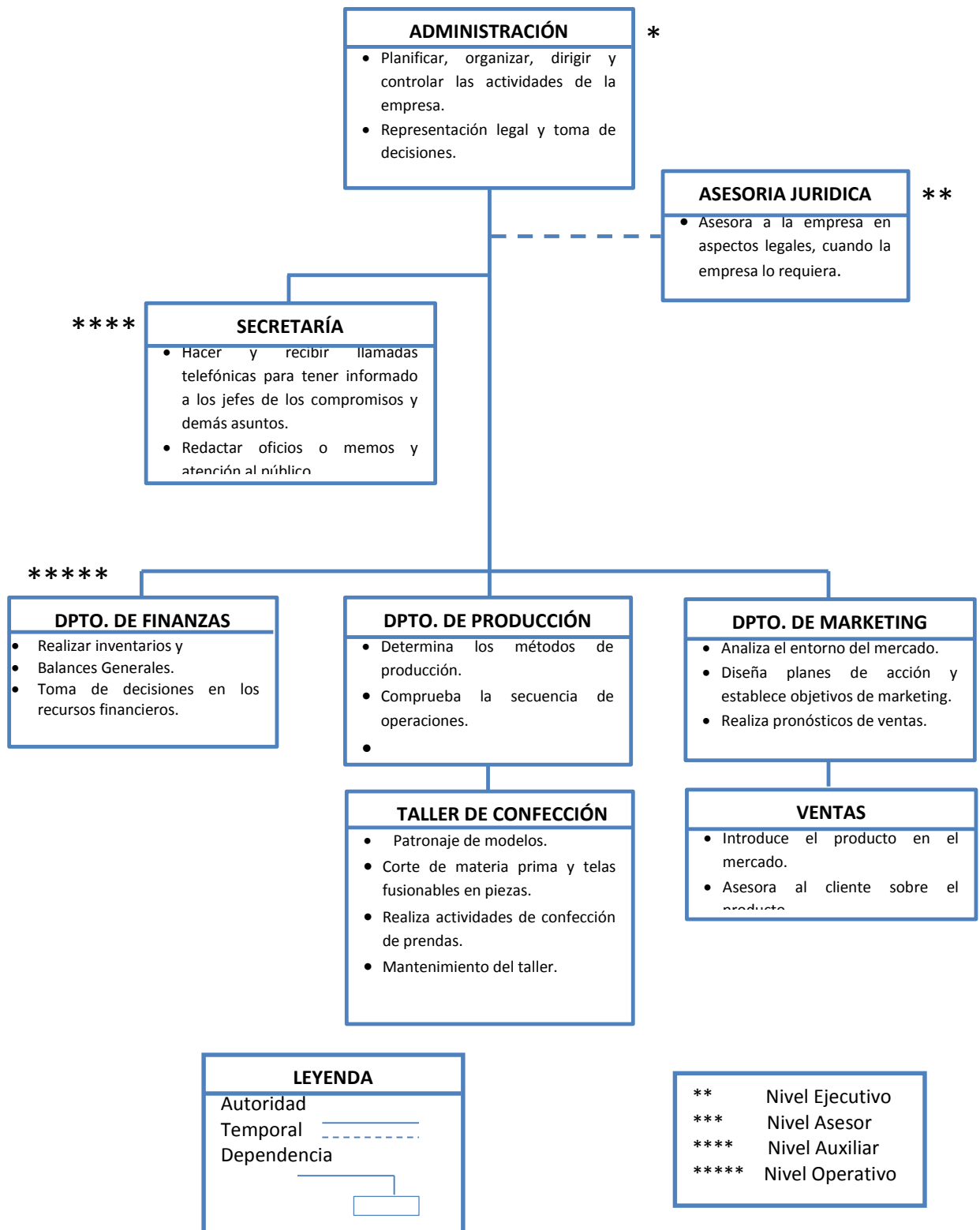
Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, pudiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforman la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos.



Elaborado Por: Los Autores

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA INNOVATEX CÍA. LTDA.

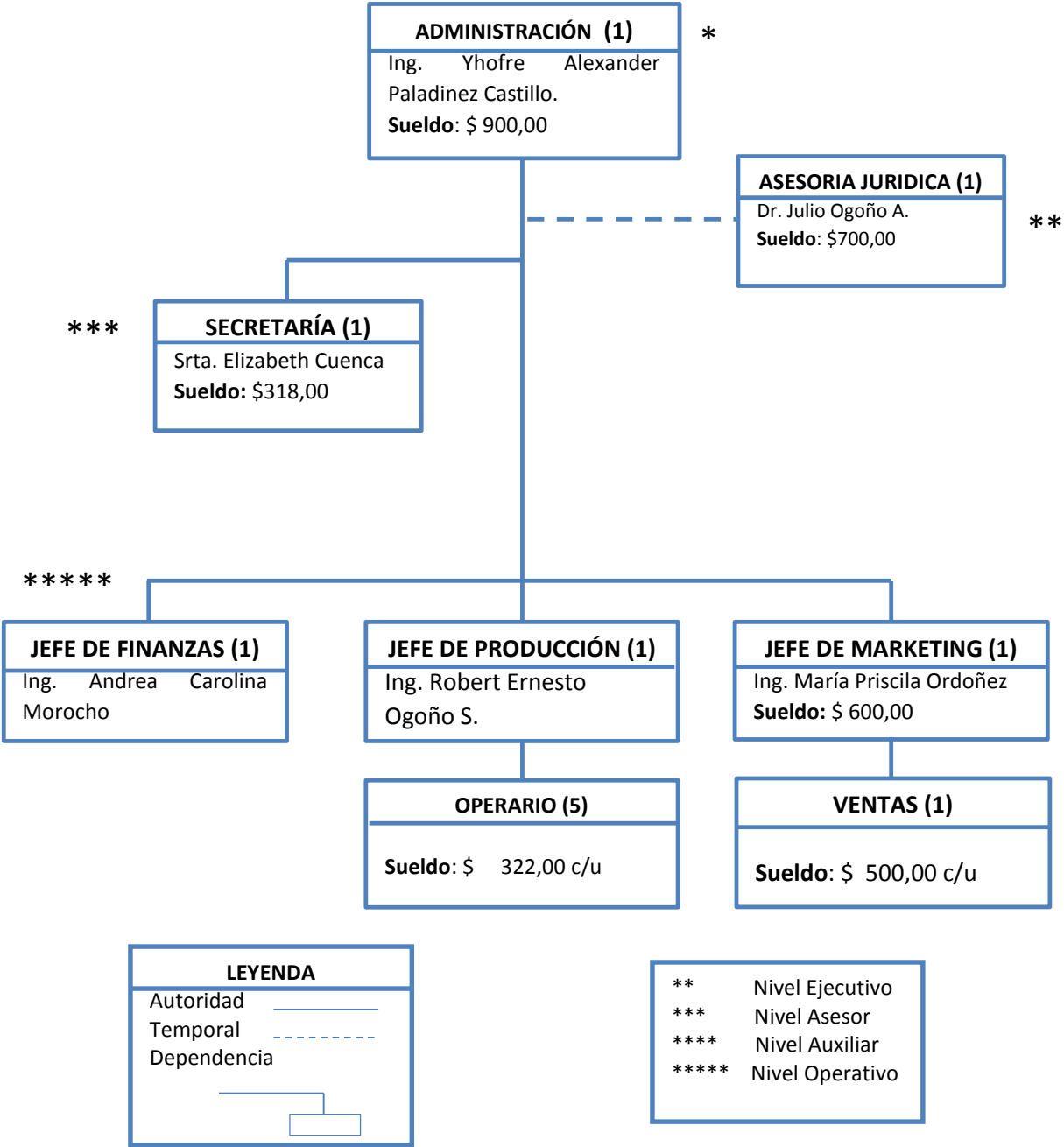
Se representa o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa.



Elaborado Por: Los Autores

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA INNOVATEX CÍA. LTDA.

Su principal objetivo es mostrar el número de empleados/trabajadores que laboraran en cada uno de los departamentos y se indica su remuneración.



Elaborado Por: Los Autores

MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones contiene información respecto de las tareas que debe cumplir cada puesto de trabajo, para facilitar el buen desenvolvimiento del personal para los distintos cargos de la empresa.



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

CODIGO: 001

TITULO DEL PUESTO: Administración

NIVEL JERARQUICO: Ejecutivo

SUPERIOR INMEDIATO: Junta General de Socios.

SUPERVISA A: Secretaria, Jefe de Finanzas, Jefe de Producción y Jefe de Marketing.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los jefes operacionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la empresa.

FUNCIONES TIPICAS:

- ✓ Representación judicial y extrajudicial a la empresa.
- ✓ Mantener la buena imagen de la empresa antes la sociedad.
- ✓ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- ✓ Resuelve problemas presentados por los subordinados.
- ✓ Dirige el plan operativo de la empresa, con el correspondiente presupuesto anual.
- ✓ Coordinar actividades con los demás jefes departamentales.
- ✓ Tramitar órdenes, contratos, cheques y más documentos que el reglamento autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa en su cargo.

FUNCIONES OCASIONALES:

Asistencia a reuniones con la Junta General de Socios en forma eventual para presentar informes sobre el manejo de la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Poseer Título Académico Profesional en: Administración de Empresas.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Tener 2 años en funciones similares.



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURÍDICO

CODIGO: 002

TITULO DEL PUESTO: Asesoría Jurídica

NIVEL JERARQUICO: Asesor

SUPERIOR INMEDIATO: Administrador

SUPERVISA A: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Atender los asuntos jurídicos legales, asesorando y prestando asistencia a la gestión de los órganos de la Alta Dirección.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Asesorar a los ejecutivos de la empresa sobre asuntos de carácter legal.
- ✓ Participar en las sesiones de la Junta General de los Socios.
- ✓ Redactar contratos, convenios, cartas de compromiso, poderes y demás documentos legales que requiera la empresa
- ✓ Proponer al administrador los cursos de acción más conveniente dentro del marco legal.

FUNCIONES OCASIONALES:

Asistencia a reuniones con la Junta General de Socios o con el Administrador en forma eventual para asesorar y participar en acontecimientos de materia legal que requiera la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Poseer Título Académico Profesional en: Derecho o Abogado.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Tener 2 años en funciones similares.



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA

CODIGO: 003

TITULO DEL PUESTO: Secretaría

NIVEL JERARQUICO: Apoyo-Auxiliar

SUPERIOR INMEDIATO: Administrador

SUPERVISA A: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ejecutar actividades de apoyo secretarial y administrativa que conllevan un grado de responsabilidad y confidencialidad.

FUNCIONES TIPICAS:

- ✓ Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa.
- ✓ Elaborar solicitudes, oficios, comunicaciones que le solicite el administrador.
- ✓ Atender al cliente.
- ✓ Atender y efectuar llamadas telefónicas, así como mantener actualizada la agenda diaria del Administrador, concertando reuniones y/o citas programadas.
- ✓ Tomar dictados taquigráficos, redactar documentos de acuerdo a instrucciones, así como mecanografiar o digitar los textos encargados.
- ✓ Realizar otras funciones afines que le sean asignadas.

FUNCIONES OCASIONALES:

Asistencia a reuniones con la Junta General de Socios o con el Administrador en forma eventual para asesorar y participar en acontecimientos de materia legal que requiera la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Poseer Título de Secretaria Ejecutivo.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Tener 1 año en funciones de secretaria.



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE FINANCIERO

CODIGO: 005

TITULO DEL PUESTO: Jefe Financiero

NIVEL JERARQUICO: Operativo

SUPERIOR INMEDIATO: Administrador

SUPERVISA A: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Es el encargado de Planificar, dirigir y supervisar las diferentes actividades contables de la empresa.

FUNCIONES TIPICAS:

- ✓ Participa en la elaboración del presupuesto de ingresos y egresos, junto con la dirección.
- ✓ Cuando se detecten fluctuaciones anormales en el proceso de facturación, investigar las causas que lo generan para su corrección con las áreas involucradas.
- ✓ Realiza y aprueba el pago de honorarios, impuestos, mantenimiento, renta y demás gastos relacionados con la actividad de la empresa.
- ✓ Validar y valorar la información contable y administrativa recibida por cualquier medio, respecto a la aplicación y tratamiento contable.
- ✓ Monitorear y conciliar las cuentas a su cargo, revisar y mantener actualizados los registros contables y la integración del saldo.

FUNCIONES OCASIONALES:

Coordina a las actividades que se desprendan de la modernización, de nuevos proyectos, productos, servicios y planes, a implantar en la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Poseer Título Académico en Contabilidad y Auditoría.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Tener 2 año en funciones similares



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE PRODUCCIÓN

CODIGO: 006

TITULO DEL PUESTO: Jefe Producción

NIVEL JERARQUICO: Operativo

SUPERIOR INMEDIATO: Administrador

SUPERVISA A: Operarios

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Es el encargado de establecer y mantener programas de producción, sin perder de vista las necesidades y las condiciones económicas favorables que se obtienen con una programación adecuada

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
- ✓ Organización y seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que, individualmente, cumplen con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.
- ✓ Tratar Administrador sobre los planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.
- ✓ Seguimiento especial de la planificación de los trabajos y del cumplimiento de los plazos de entrega, procurando información periódica, puntual y fiable al departamento comercial en este aspecto.
- ✓ Asignar las funciones y responsabilidades a cada una de las personas de su área, así como las relaciones entre ellas.
- ✓ Tiene a su cargo, supervisa y controla las actividades de almacenaje, tanto de materias primas como de productos terminados, así como también su entrega a los clientes.

FUNCIONES OCASIONALES:

Coordina a las actividades que se desprendan de la modernización, de nuevos proyectos, productos, servicios y planes, a implantar en la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Formación universitaria de grado superior en:
Conocimientos sobre sistemas de calidad, de productividad y de medio ambiente.
Conocimientos sobre organización, gestión y conducción de equipos de personas.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Previa en puesto inferior o similar en una empresa.



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DEL CORTADOR

CODIGO: 007

TITULO DEL PUESTO: CORTADOR

NIVEL JERARQUICO: Operativo

SUPERIOR INMEDIATO: Jefe de Producción

SUPERVISA A: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Es el encargado de sacar las piezas de la camisa para que armen el producto.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Tiende la tela para dejarla en reposo el tiempo necesario.
- ✓ Participa en la colocación de los moldes sobre la tela.
- ✓ Corta la tela sacando todas las piezas que componen la camisa.
- ✓ Revisa que todas las piezas estén completas y las enumera

FUNCIONES OCASIONALES:

Coordina a las actividades con el jefe de producción para optimar la materia prima y el desperdicio sea menor.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Poseer Título bachiller o título artesanal.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Tener 1 año en funciones similares



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DE LA COSTURERA

CODIGO: 008

TITULO DEL PUESTO: COSTURERA

NIVEL JERARQUICO: Operativo

SUPERIOR INMEDIATO: Jefe de Producción

SUPERVISA A: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Es el encargado de armar la camisa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Une las piezas de la camisa que le corresponde.
- ✓ Coloca las etiquetas de la marca, lavado, talla, etc.
- ✓ Hace los ojales de las prendas
- ✓ Pega botones.
- ✓ Pule la camisa y corta los hilos sobrantes.

FUNCIONES OCASIONALES:

Coordina las actividades con el jefe de producción para optimizar el tiempo que se demora en armar la camisa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Poseer Título bachiller o título artesanal en modistería.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Tener 1 año en funciones similares



Innovatex Cia Ltda

Tu Nuevo Estilo en el Vestir

MANUAL DE FUNCIONES DEL PLANCHADOR

CODIGO: 009

TITULO DEL PUESTO: PLANCHADOR

NIVEL JERARQUICO: Operativo

SUPERIOR INMEDIATO: Jefe de Producción

SUPERVISA A: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Es el encargado de proporcionar las piezas a las costureras, para armar la camisa.

FUNCIONES TIPICAS:

- ✓ Fusiona las entretelas de los cuellos y puños.
- ✓ Voltea y plancha los cuellos y puños.
- ✓ Plancha las portañueles de las mangas de la camisa.
- ✓ Plancha y dobla la camisa terminada.

FUNCIONES OCASIONALES:

Coordina las actividades con el jefe de producción para optimar la energía eléctrica al momento de planchar las piezas y la camisa.

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ **EDUCACIÓN:** Poseer Título bachiller o artesanal en la rama de sastrería.
- ✓ **EXPERIENCIA:** Tener 1 año en funciones similares

ESTUDIO FINANCIERO

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

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

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Una vez que el proyecto de camisas ha alcanzado la viabilidad en los aspectos de mercado y técnico se ha enfocado en la determinación del capital necesario o el monto de inversión para llevar adelante la idea establecida y poder establecer las fuentes de financiamiento del presente proyecto.

INVERSIONES

En este apartado se busca cuantificar el valor requerido para los diferentes rubros que harán posible la operación efectiva del proyecto. En este punto se analiza y describe uno a uno cuales son los activos requeridos para la implantación adecuada del proyecto. Las inversiones que tendrá el presente proyecto serán de tres tipos:

- Activos Fijos

- Activos Diferidos
- Activo Circulante o Capital de trabajo

ACTIVOS FIJOS

Son todos las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, es decir son todos los bienes que se emplean tanto en producción, administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría.

MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y equipo que utilizaremos para la confección de las camisas Slim-Fit, será de dos máquinas rectas, una máquina cerradora de codos, una máquina ojaladora, una máquina botonera y una máquina Fusionadora de puños y cuellos los cuales proporcionaran la ayuda necesaria a los operarios a que realicen el proceso de producción y así poder comercializar el producto.

**CUADRO N° 42
PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Máquinas Rectas	\$ 800,00	\$ 1.600,00
1	Máquina Cerradora de Codos	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
1	Máquina Ojaladora	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
1	Máquina Botonera	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
1	Fusionadora de puños y cuellos	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
COSTO TOTAL			\$ 18.300,00

Fuente: MACOSER (GUAYAQUIL)

Elaboración: Los Autores

HERRAMIENTAS

La Empresa "Innovatex" Cía. Ltda., empleara herramientas como; dos planchas Semi-industrial, una cortadora manual y dos juegos de reglas metálicas, los cuales se utilizaran durante el proceso de la confección de la camisa.

CUADRO N° 43**PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Plancha Semi-Industrial	\$ 300,00	\$ 600,00
2	Cortadora Manual	\$ 700,00	\$ 1.400,00
2	Reglas Metálicas	\$ 100,00	\$ 200,00
COSTO TOTAL			\$ 2.200,00

Fuente: MACOSER (GUAYAQUIL)

Elaboración: Los Autores

MUEBLES Y ENSERES

La Empresa utilizara muebles y enseres, los cuales permitirán facilitar las operaciones dentro de la oficina, entre estos tenemos; mesas, sillas, escritorios y archivador.

CUADRO N° 44**PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Escritorio Estilo Ejecutivo	\$ 320,00	\$ 320,00
6	Archivador de madera	\$ 80,00	\$ 480,00
5	Escritorio Normal 1,2m*1,3 m	\$ 120,00	\$ 600,00
6	Sillas Giratorias	\$ 40,00	\$ 240,00
10	Sillas	\$ 25,00	\$ 250,00
2	Mesas Para Corte de Tela	\$ 700,00	\$ 1.400,00
COSTO TOTAL			\$ 3.290,00

Fuente: El Mueble

Elaboración: Los Autores

EQUIPOS DE OFICINA

La Empresa "Innovatex" Cía. Ltda., para llevar a cabo sus operaciones diarias, necesitara de un equipo de oficina que estará compuesto por un teléfono un telefax y una sumadora, para cada departamento equipos que se los utilizara para recibir pedidos del producto y realizar llamadas de negocios.

CUADRO N° 45**PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
6	Teléfono	\$ 50,00	\$ 300,00
1	Telefax	\$ 150,00	\$ 150,00
2	Sumadora	\$ 83,00	\$ 166,00
COSTO TOTAL			\$ 616,00

Fuente: Audio Centro

Elaboración: Los Autores

EQUIPO DE CÓMPUTO

La Empresa utilizara como equipo de cómputo, una computadora más implementos, la cual permitirá desarrollar de mejor manera los documentos contables, y de tal manera poder facilitar el trabajo del Administrador, jefes departamentales y secretaría.

CUADRO N° 46
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
6	Computadora de Escritorio, Disco Duro de 500 Gb + Procesador Intel i3 3,8Hz	\$ 759,00	\$ 4.554,00
6	Impresoras Multifunción Canon Mp 230 (Tinta continuo)	\$ 120,00	\$ 720,00
COSTO TOTAL			\$ 5.274,00

Fuente: Sysconet

Elaboración: Los Autores

DEPRECIACIONES

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

CUADRO N° 47

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

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO: La maquinaria y equipo que utilizara la empresa al momento de realizar el producto, sufrirán depreciaciones, es decir se desgataran dependiendo del nivel de producción que realicen durante su vida útil, y al final necesitaran ser remplazados.

CUADRO N° 48

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 18.300,00
1	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 16.470,00
2	\$ 1.830,00	\$ 3.660,00	\$ 14.640,00
3	\$ 1.830,00	\$ 5.490,00	\$ 12.810,00
4	\$ 1.830,00	\$ 7.320,00	\$ 10.980,00
5	\$ 1.830,00	\$ 9.150,00	\$ 9.150,00
6	\$ 1.830,00	\$ 10.980,00	\$ 7.320,00
7	\$ 1.830,00	\$ 12.810,00	\$ 5.490,00
8	\$ 1.830,00	\$ 14.640,00	\$ 3.660,00
9	\$ 1.830,00	\$ 16.470,00	\$ 1.830,00
10	\$ 1.830,00	\$ 18.300,00	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 42

Elaboración: Los Autores

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

CUADRO N° 49

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 2.200,00
1	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 1.980,00
2	\$ 220,00	\$ 440,00	\$ 1.760,00
3	\$ 220,00	\$ 660,00	\$ 1.540,00
4	\$ 220,00	\$ 880,00	\$ 1.320,00
5	\$ 220,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
6	\$ 220,00	\$ 1.320,00	\$ 880,00
7	\$ 220,00	\$ 1.540,00	\$ 660,00
8	\$ 220,00	\$ 1.760,00	\$ 440,00
9	\$ 220,00	\$ 1.980,00	\$ 220,00
10	\$ 220,00	\$ 2.200,00	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 43

Elaboración: Los Autores

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

CUADRO N° 50
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 3.290,00
1	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 2.961,00
2	\$ 329,00	\$ 658,00	\$ 2.632,00
3	\$ 329,00	\$ 987,00	\$ 2.303,00
4	\$ 329,00	\$ 1.316,00	\$ 1.974,00
5	\$ 329,00	\$ 1.645,00	\$ 1.645,00
6	\$ 329,00	\$ 1.974,00	\$ 1.316,00
7	\$ 329,00	\$ 2.303,00	\$ 987,00
8	\$ 329,00	\$ 2.632,00	\$ 658,00
9	\$ 329,00	\$ 2.961,00	\$ 329,00
10	\$ 329,00	\$ 3.290,00	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 44

Elaboración: Los Autores

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA: El equipo de oficina, sufrirá deterioro o desgaste, dependiendo del uso que le de la empresa, por lo tanto tendrá una vida útil, y por ello es necesario cambiarlo con el objetivo que sea de gran utilidad dentro de la empresa.

CUADRO N° 51
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 616,00
1	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 554,40
2	\$ 61,60	\$ 123,20	\$ 492,80
3	\$ 61,60	\$ 184,80	\$ 431,20
4	\$ 61,60	\$ 246,40	\$ 369,60
5	\$ 61,60	\$ 308,00	\$ 308,00
6	\$ 61,60	\$ 369,60	\$ 246,40
7	\$ 61,60	\$ 431,20	\$ 184,80
8	\$ 61,60	\$ 492,80	\$ 123,20
9	\$ 61,60	\$ 554,40	\$ 61,60
10	\$ 61,60	\$ 616,00	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 45

Elaboración: Los Autores

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

CUADRO N° 52
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO 1

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 5.274,00
1	\$ 1.758,00	\$ 1.758,00	\$ 3.516,00
2	\$ 1.758,00	\$ 3.516,00	\$ 1.758,00
3	\$ 1.758,00	\$ 5.274,00	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 46

Elaboración: Los Autores

$$T.I = 4,16\%$$

$$V.A = V.A \text{ anterior} \times T.I + V.A \text{ anterior}$$

$$V.A = \$ 5.274,00 \times 4,16\% + \$ 5.274,00 = \$ 5.493,40$$

CUADRO N° 53
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO 2

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 5.493,40
1	\$ 1.831,13	\$ 1.831,13	\$ 3.662,27
2	\$ 1.831,13	\$ 3.662,27	\$ 1.831,13
3	\$ 1.831,13	\$ 5.493,40	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 52

Elaboración: Los Autores

$$V.A = \$ 5.493,40 \times 4,16\% + \$ 5.493,40 = \$ 5.721,92$$

CUADRO N° 54
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO 3

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 5.721,92
1	\$ 1.907,31	\$ 1.907,31	\$ 3.814,62
2	\$ 1.907,31	\$ 3.814,62	\$ 1.907,31
3	\$ 1.907,31	\$ 5.721,92	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 53

Elaboración: Los Autores

$$V.A = \$ 5.721,92 \times 4,16\% + \$ 5.721,92 = \$ 5.959,96$$

CUADRO N° 55
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO 4

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 5.959,96
1	\$ 1.986,65	\$ 1.986,65	\$ 3.973,30
2	\$ 1.986,65	\$ 3.973,30	\$ 1.986,65
3	\$ 1.986,65	\$ 5.959,96	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 54

Elaboración: Los Autores

ACTIVOS DIFERIDOS

Estas inversiones se las realizan sobre activos constitutivos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente.

CUADRO N° 56
PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Estudio Preliminar	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Constitución de la Empresa	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1	Permiso de Funcionamiento (Bomberos)	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Línea Telefónica	\$ 90,00	\$ 90,00
2	Extintor	\$ 35,00	\$ 70,00
2	Botiquín	\$ 40,00	\$ 80,00
1	Búsqueda Fonética y registro de Nombre y Marcas (IEPI)	\$ 350,00	\$ 350,00
1	Patentes Municipal	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Adecuación de Local	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
COSTO TOTAL			\$ 4.110,00

Fuente: I. Municipio de Loja, CNT, IEPI, Bomberos Loja

Elaboración: Los Autores

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

Es la aplicación a gasto de un activo diferido en proporción a su valor y al tiempo estimado de vida.

$$A = \frac{T.A.D}{Vida\ util} = \frac{\$ 4.110,00,00}{10\ años} = \$411,00$$

Para sacar la amortización de los activos diferidos debemos dividir el total del activo diferido que será de \$4.110,00, para la vida útil de la Empresa “Innovatex” Cía. Ltda., que será en este caso de 10 años, dándonos un total de las amortizaciones de \$411,00

**CUADRO N° 57
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

AÑOS	VALOR ACTIVO DIF	AMORTIZAC	VALOR TOTAL
1	\$ 4.110,00	\$ 411,00	\$ 3.699,00
2	\$ 3.699,00	\$ 411,00	\$ 3.288,00
3	\$ 3.288,00	\$ 411,00	\$ 2.877,00
4	\$ 2.877,00	\$ 411,00	\$ 2.466,00
5	\$ 2.466,00	\$ 411,00	\$ 2.055,00
6	\$ 2.055,00	\$ 411,00	\$ 1.644,00
7	\$ 1.644,00	\$ 411,00	\$ 1.233,00
8	\$ 1.233,00	\$ 411,00	\$ 822,00
9	\$ 822,00	\$ 411,00	\$ 411,00
10	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 56

Elaboración: Los Autores

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Se incurre a este rubro cuando la empresa entra en la fase de funcionamiento y la recuperación económica mediante la comercialización de los productos y también constituye ser todos los egresos que la empresa debe cubrir para operar normalmente hasta que esta obtenga ingresos por sus ventas realizadas, esto garantiza la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los gastos de materia prima, mano de obra, gastos de fabricación, gastos de administración y gastos de ventas. Cabe señalar que el capital de operación se determinara para el primer mes de funcionamiento de la empresa.

COSTO DE PRODUCCIÓN

Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

MATERIA PRIMA DIRECTA: Es toda la materia prima que utilizaremos para obtener el producto final, por lo tanto daremos a conocer la cantidad de cada uno de los elementos para realizar las 770 camisas mensuales que será de \$ 5.020,00 dólares del producto, para ello se necesita 1.115 metros de tela con un valor unitario del metro de tela de \$ 4,00 dólares y 80 metros de Fusionable a un costo unitario de \$ 5,00 dólares.

CUADRO N° 58

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Tela	Metros	\$ 4,00	1.155	\$ 4.620,00
Fusionable	Metros	\$ 5,00	80	\$ 400,00
COSTO MENSUAL				\$ 5.020,00
COSTO ANUAL				\$ 60.240,00

Fuente: IMPORTADORA INTI (PASARELA)

Elaboración: *Los Autores*

MATERIA PRIMA INDIRECTA: Son todos los materiales que intervienen en el proceso de producción pero que no se los puede cargar directamente en la transformación del producto. Como Materia Prima Indirecta se considera: Hilo y botones; de los cuales tenemos un gasto mensual de \$ 347,20

CUADRO N° 59
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Hilo	Unidad	\$ 2,60	40	\$ 104,00
Botones	Gruesas	\$ 3,04	80	\$ 243,20
COSTO MENSUAL				\$ 347,20
COSTO ANUAL				\$ 4.166,40

Fuente: AUTRODISETTI
Elaboración: Los Autores

MATERIALES DE TRABAJO: Son los materiales que se requieren para elaborar la camisa Slim-Fit y son los siguientes: cinta métrica y tiza; que dan un valor de \$ 3,50 dólares mensuales.

CUADRO N° 60
PRESUPUESTO DE MATERIALES DE TRABAJO

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Cinta Métrica	Unidades	\$ 1,00	1	\$ 1,00
Tiza	Caja	\$ 2,50	1	\$ 2,50
COSTO MENSUAL				\$ 3,50
COSTO ANUAL				\$ 42,00

Fuente: AUTRODISETTI
Elaboración: Los Autores

MANO DE OBRA DIRECTA: Es el pago salarial de dinero del operario que tiene una relación directa con el producto fabricado, estos costos son aquellos que se pueden identificar especialmente con la unidad del producto. De acuerdo a los requerimientos se ha establecido 5 operarios que son contratados para el año de producción según lo establecido en la planificación presupuestaria de la empresa.

**CUADRO N° 61
MANO DE OBRA**

COMPONENTE	VALOR
Remuneración Básica	\$ 322,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 26,83
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 26,50
Vacaciones	\$ 13,42
Aporte Patronal 11,15%	\$ 35,90
Aporte al IECE 0,5%	\$ 1,61
Aporte al SECAP 0,5%	\$ 1,61
Aporte al IESS 9,35%	\$ 30,11
Fondos de Reserva 8,33%	\$ 26,83
SUBTOTAL	\$ 484,81
Número de Operarios	5
Total Mensual	\$ 2.424,03
Total Anual	\$ 29.088,40

Fuente: MRL, IESS

Elaboración: *Los Autores*

ENERGÍA ELECTRICA PARA LA PRODUCCIÓN: Energía eléctrica es causada por el movimiento de las cargas eléctricas en el interior de los materiales conductores. Esta energía produce, fundamentalmente, 3 efectos: luminoso, térmico y magnético. Se utiliza la energía eléctrica para el funcionamiento de la maquinaria y equipo, herramientas. En este caso se hace un gasto de \$ 82,50 dólares mensuales.

**CUADRO N° 62
PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA PRODUCCIÓN**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Energía Eléctrica	KW/H	\$ 0,15	550	\$ 82,50
COSTO MENSUAL				\$ 82,50
COSTO ANUAL				\$ 990,00

Fuente: EERSSA

Elaboración: *Los Autores*

AGUA POTABLE PARA LA PRODUCCIÓN: El agua que puede ser consumida sin restricción debido a que, gracias a un proceso de purificación, no representa un

riesgo para la salud. Este elemento es indispensable en la confección de la camisa Slim-Fit en pequeñas porciones. Se realiza un gasto de \$ 2,45 dólares mensuales.

CUADRO N° 63
PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE PRODUCCIÓN

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Agua Potable	m3	\$ 0,35	7	\$ 2,45
COSTO MENSUAL				\$ 2,45
COSTO ANUAL				\$ 29,40

Fuente: UMAPAL

Elaboración: *Los Autores*

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO: El mantenimiento preventivo permite aumentar la vida útil de equipos, disminuir costos de operaciones, detectar puntos débiles en las instalaciones. Se hace un gasto de \$ 25,00 dólares mensuales

CUADRO N° 64
PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Mantenimiento de Maq. y Equipo	Unidad	\$ 12,50	2	\$ 25,00
COSTO MENSUAL				\$ 25,00
COSTO ANUAL				\$ 300,00

Fuente: La Máquina

Elaboración: *Los Autores*

COSTOS DE OPERACIÓN

Valoración monetaria de la suma de recursos destinados a la administración, operación y funcionamiento de un organismo, empresa o entidad pública.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos del departamento de administración son aquellos que surgen de la operación de un conjunto de actividades necesarias para ejercer el control

administrativo de todos los departamentos de la empresa. Por lo tanto los gastos administrativos comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como: consumo telefónico, útiles de oficina, útiles de aseo entre otros.

REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVA: Es el que detalla todos los ingresos y los descuentos de los empleados de la empresa que administran o realizan funciones dentro de la misma, para que esta ejecute sus funciones de una forma eficaz y eficiente.

CUADRO N° 65
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVA

COMPONENTE	ADMINISTRADOR	SECRETARIA	JEFE DE PRODUCCIÓN	JEFE FINANCIERO	JEFE DE MARKETING	GASTOS JUDICIALES
Remuneración Básica	\$ 900,00	\$ 318,00	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 600,00	Se considera un Asesor Jurídico Temporal
Décimo Tercer Sueldo	\$ 75,00	\$ 26,50	\$ 50,00	\$ 37,50	\$ 50,00	
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	
Vacaciones	\$ 37,50	\$ 13,25	\$ 25,00	\$ 18,75	\$ 25,00	
Aporte Patronal 11,15%	\$ 100,35	\$ 35,46	\$ 66,90	\$ 50,18	\$ 66,90	
Aporte al IECE 0,5%	\$ 4,50	\$ 1,59	\$ 3,00	\$ 2,25	\$ 3,00	
Aporte al SECAP 0,5%	\$ 4,50	\$ 1,59	\$ 3,00	\$ 2,25	\$ 3,00	
Aporte al IESS 9,35%	\$ 84,15	\$ 29,73	\$ 56,10	\$ 42,08	\$ 56,10	
Fondos de Reserva 8,33%	\$ 75,00	\$ 26,50	\$ 50,00	\$ 37,50	\$ 50,00	
SUBTOTAL	\$ 1.307,50	\$ 479,12	\$ 880,50	\$ 667,01	\$ 880,50	
Número de Empleados	1	1	1	1	1	
Total Mensual	\$ 1.307,50	\$ 479,12	\$ 880,50	\$ 667,01	\$ 880,50	\$ 58,33
Total Anual	\$ 15.690,00	\$ 5.749,44	\$ 10.566,00	\$ 8.004,12	\$ 10.566,00	\$ 700,00

Fuente: MRL, IESS

Elaboración: Los Autores

ENERGÍA ELÉCTRICA: Es primordial, y ello incluye el consumo que se efectúa en el área administrativa por un total aproximado de 130 kW al mes; por lo tanto se tienen una tarifa mensual de \$ 19,50 dólares.

**CUADRO N° 66
PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Energía Eléctrica	Kw/H	\$ 0,15	130	\$ 19,50
COSTO MENSUAL				\$ 19,50
COSTO ANUAL				\$ 234,00

Fuente: EERSSA

Elaboración: Los Autores

AGUA POTABLE: Es complementario en el área del servicio general; y, de acuerdo a la estimación de la Empresa Municipal del Agua Potable, se requiere 15m³ al mes, a un costo mensual de \$ 5,25 dólares.

**CUADRO N° 67
PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Agua Potable	m3	\$ 0,35	15	\$ 5,25
COSTO MENSUAL				\$ 5,25
COSTO ANUAL				\$ 63,00

Fuente: UMAPAL

Elaboración: Los Autores

SERVICIO TELÉFONICO: Para servicio telefónico que será utilizado en la empresa tanto el área de producción como en la administración, se estima una tarifa básica de \$ 17.60 mensuales.

**CUADRO N° 68
PRESUPUESTO DE SERVICIO TELEFONICO**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Servicio Telefónico	Minutos	\$ 0,08	220	\$ 17,60
COSTO MENSUAL				\$ 17,60
COSTO ANUAL				\$ 211,20

Fuente: CNT

Elaboración: Los Autores

ARRIENDO: El arriendo es el alquiler de un local, en donde se podrá realizar el producto, y el mismo poderlo almacenar para que luego sea comercializado, esto a cambio de una paga que puede ser mensual, y se arrendara un local que esté acorde a las necesidades que requiera la Empresa “Innovatex” Cía. Ltda.

CUADRO N° 69
PRESUPUESTO DE ARRIENDO

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arriendo	Mensual	\$ 800,00	\$ 800,00
COSTO MENSUAL			\$ 800,00
COSTO ANUAL			\$ 9.600,00

Fuente: Observación directa

Elaboración: Los Autores

ÚTILES DE OFICINA: Son los útiles indispensables que la Empresa “Innovatex” Cía. Ltda., utilizara dentro de sus oficinas, ya que ayudaran a presentar y a organizar los diferentes documentos o proyectos, entre estos tenemos: resmas de hojas de papel bond, carpetas, tinta para impresora, esferográficos, clips entre otros.

CUADRO N° 70
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Hojas Papel Bond	Resmas	\$ 3,50	5	\$ 17,50
Esferográficos	Docena	\$ 3,00	1	\$ 3,00
Borradores	Unidad	\$ 0,25	3	\$ 0,75
Clips	Caja	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Lápiz	Unidad	\$ 0,30	5	\$ 1,50
Corrector	Unidad	\$ 0,50	5	\$ 2,50
Carpetas	Unidad	\$ 0,60	5	\$ 3,00
Tintas para impresora	Refil	\$ 8,00	2	\$ 16,00
COSTO MENSUAL				\$ 45,75
COSTO ANUAL				\$ 549,00

Fuente: Gráficas Santiago, Sysconet

Elaboración: Los Autores

ÚTILES DE ASEO: Son utensilios utilizados para la limpieza y el mantenimiento del local, permitiendo realizar todas la actividades de la empresa de la forma más higiénica posible. Los principales suministros de aseo que se utilizara son los siguientes; escobas, detergente, desinfectante, esponja, trapeador, etc.

**CUADRO N° 71
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO**

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Trapeadores	Unidad	\$ 1,70	1	\$ 1,70
Escobas	Unidad	\$ 3,00	1	\$ 3,00
Papel Higiénico	Docena	\$ 3,00	5	\$ 15,00
Toallas de Papel	Rollo	\$ 3,78	1	\$ 3,78
Desinfectantes	Galón	\$ 5,50	2	\$ 11,00
Franelas	Unidad	\$ 1,00	1	\$ 1,00
Detergente	1000 Kg	\$ 8,00	1	\$ 8,00
Jabón Líquido	Galón	\$ 6,00	1	\$ 6,00
Recogedor de Basura	Unidad	\$ 1,50	1	\$ 1,50
Cestos de Basura	Unidad	\$ 3,00	6	\$ 18,00
COSTO MENSUAL				\$ 68,98
COSTO ANUAL				\$ 827,76

Fuente: ROMAR, Autoservicio GALTOR

Elaboración: *Los Autores*

GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta o comercialización: se dan cuando se debita el valor actualizado del conjunto de bienes o esfuerzos en que ha incurrido o va a incurrir una empresa desde el momento en que los productos terminados ingresan en el almacén, hasta que salen con destino al cliente o llegan a su poder, incluyéndose la gestión de cobranzas pertinentes.

ROL DE PAGOS PARA EL PERSONAL DE VENTAS: Es el que detalla todos los ingresos y los descuentos de los empleados de la empresa. Dentro del rol de pagos para el personal de ventas tenemos un vendedor, que es de gran

importancia para el crecimiento de la empresa, puesto que es el encargado de comercializar el producto y hacerlo conocer en el mercado.

CUADRO N° 72
ROL DE PAGOS

COMPONENTE	VALOR
Remuneración Básica	\$ 500,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 41,67
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 26,50
Vacaciones	\$ 20,83
Aporte Patronal 11,15%	\$ 55,75
Aporte al IECE 0,5%	\$ 2,50
Aporte al SECAP 0,5%	\$ 2,50
Aporte al IESS 9,35%	\$ 46,75
Fondos de Reserva 8,33%	\$ 41,67
SUBTOTAL	\$ 738,17
Número de Empleados	1
Total Mensual	\$ 738,17
Total Anual	\$ 8.858,04

Fuente: MRL, IESS

Elaboración: Los Autores

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

CUADRO N° 73
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Valla Publicitaria	Unidad	\$ 300,00	1	\$ 300,00
Anuncio Publicitario	Publicación	\$ 5,00	8	\$ 40,00
Cuñas Radiales	Unidad	\$ 0,57	176	\$ 100,00
COSTO MENSUAL				\$ 440,00
COSTO ANUAL				\$ 5.280,00

Fuente: Diario LA HORA, Radio Sociedad, I. Municipio de Loja

Elaboración: Los Autores

FLETES: Se entiende por flete el pago que se realiza al medio o vehículo por la carga transportada a un lugar en especial. En este punto haya que tomar en cuenta los fletes a realizarse para la comercialización a los distintos puntos de ventas en el mercado local. Para ello se realizara un gasto mensual de \$ 16,50 dólares.**CUADRO N° 74**

PRESUPUESTO DE FLETES

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Fletes	Unidad	\$ 0,02	9900	\$ 198,00
COSTO ANUAL				\$ 198,00
COSTO MENSUAL				\$ 16,50

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Los Autores

MATERIAL DE EMPAQUE: El empaque es un medio para proteger la mercancía, manteniéndola inmóvil y a la vez proporcionándole amortiguamiento. El empaque puede ser tanto una ayuda como un obstáculo para obtener la máxima calidad y vida de almacenamiento. Los empaques necesitan ventilación y además tienen que ser lo suficientemente fuertes para evitar compresiones. El costo mensual del material de empaque es de \$ 344,65.

CUADRO N° 75

PRESUPUESTO DE MATERIAL DE EMPAQUE

COMPONENTE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL
Fundas	Ciento	\$ 2,00	14	\$ 28,00
Etiqueta de Marca (Tela)	Unidad	\$ 0,07	770	\$ 53,90
Etiqueta de Talla (Tela)	Rollo (25 Metros)	\$ 3,75	5	\$ 18,75
Etiqueta de Lavado (Tela)	Unidad	\$ 0,08	770	\$ 61,60
Etiqueta Hecho Ecuador (Tela)	Unidad	\$ 0,02	770	\$ 15,40
Etiqueta de Cartón	Unidad	\$ 0,10	770	\$ 77,00
Cinta Decorativa	Rollo (25 Metros)	\$ 5,00	18	\$ 90,00
COSTO MENSUAL				\$ 344,65
COSTO ANUAL				\$ 4.135,80

Fuente: AUSTRODISETTI

Elaboración: Los Autores

RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS, ACTIVOS DIFERIDOS Y COSTOS DE PRODUCCIÓN O CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N° 76

ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$ 18.300,00
Herramientas	\$ 2.200,00
Muebles y Enseres	\$ 3.290,00
Equipo de Oficina	\$ 616,00
Equipo de Computo	\$ 5.274,00
TOTAL	\$ 29.680,00

Fuente: Cuadro N° 42-46

Elaboración: *Los Autores*

CUADRO N° 77

ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio Preliminar	\$ 1.000,00
Constitución de la Empresa	\$ 1.200,00
Permiso de Funcionamiento (Bomberos)	\$ 60,00
Línea Telefónica	\$ 90,00
Extintor	\$ 70,00
Botiquín	\$ 80,00
Búsqueda Fonética y registro de Nombre y Marcas (IEPI)	\$ 350,00
Patentes Municipal	\$ 60,00
Adecuación de Local	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 4.110,00

Fuente: Cuadro N° 56

Elaboración: *Los Autores*

CUADRO N° 78
RESUMEN DE INVERSIÓN (1 MES)

RUBRO	VALOR
Materia Prima Directa	\$ 5.020,00
Materia Prima Indirecta	\$ 347,20
Materiales de Trabajo	\$ 3,50
Mano de Obra Directa	\$ 2.424,03
Energía Eléctrica de Producción	\$ 82,50
Agua Potable de Producción	\$ 2,45
Mano de Obra Indirecta	\$ 880,50
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	\$ 25,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Remuneraciones	\$ 3.392,46
Energía Eléctrica de Administración	\$ 19,50
Agua Potable de Administración	\$ 5,25
Servicio Telefónico	\$ 17,60
Arriendo	\$ 800,00
Útiles de Oficina	\$ 45,75
Útiles de Aseo	\$ 68,98
GASTOS DE VENTAS	
Sueldo	\$ 1.618,67
Publicidad	\$ 440,00
Fletes	\$ 16,50
Material de Empaque	\$ 344,65
TOTAL	\$ 15.554,55

Fuente: Cuadro N° 58-75

Elaboración: Los Autores

CUADRO N° 79
RESUMEN DE INVERSIÓN

ACTIVOS	VALOR
FIJOS	\$ 29.680,00
DIFERIDOS	\$ 4.110,00
CIRCULANTE	\$ 15.554,55
TOTAL	\$ 49.344,55

Fuente: Cuadro N° 76-78

Elaboración: Los Autores

FINANCIAMIENTO

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

FUENTES INTERNAS

El 49,34% del total de la inversión que corresponde a **\$ 24.344,55** dólares americanos serán financiados con las aportaciones de los socios de la empresa.

FUENTES EXTERNAS

Luego de haber realizado un análisis en las instituciones financieras se procedió a establecer la más conveniente para solicitar el préstamo la misma que fue el Banco Nacional del Fomento (BNF) ya que es el organismo que otorga créditos para incentivar la producción y los concede a un plazo aceptable con un interés bajo en el mercado; el crédito que se requiere para financiar al proyecto con el BNF constituirá el **50,66%** de la inversión monto que corresponde a **\$ 25.000,00** dólares americanos a 5 años plazo.

CUADRO N° 80
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
CAPITAL INTERNO	\$ 24.344,55	49,34%
CAPITAL EXTERNO	\$ 25.000,00	50,66%
TOTAL	\$ 49.344,55	100%

Fuente: INNOVATEX, BNF
Elaboración: Los Autores

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

Capital: \$ 25.000,00

Tasa de Interés: 16% Anual

Plazo: 5 Años

Pago: Trimestral

Entidad Bancaria: Banco Nacional de Fomento (BNF)

$$I = c * n * i$$

CUADRO N° 81

TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	Nº TRIMESTRES	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL	INTERES TRIMESTRAL	INTERES ANUAL
1	1	\$ 25.000,00	\$ 1.250,00	\$ 23.750,00	\$ 1.000,00	\$ 3.700,00
	2	\$ 23.750,00	\$ 1.250,00	\$ 22.500,00	\$ 950,00	
	3	\$ 22.500,00	\$ 1.250,00	\$ 21.250,00	\$ 900,00	
	4	\$ 21.250,00	\$ 1.250,00	\$ 20.000,00	\$ 850,00	
2	5	\$ 20.000,00	\$ 1.250,00	\$ 18.750,00	\$ 800,00	\$ 2.900,00
	6	\$ 18.750,00	\$ 1.250,00	\$ 17.500,00	\$ 750,00	
	7	\$ 17.500,00	\$ 1.250,00	\$ 16.250,00	\$ 700,00	
	8	\$ 16.250,00	\$ 1.250,00	\$ 15.000,00	\$ 650,00	
3	9	\$ 15.000,00	\$ 1.250,00	\$ 13.750,00	\$ 600,00	\$ 2.100,00
	10	\$ 13.750,00	\$ 1.250,00	\$ 12.500,00	\$ 550,00	
	11	\$ 12.500,00	\$ 1.250,00	\$ 11.250,00	\$ 500,00	
	12	\$ 11.250,00	\$ 1.250,00	\$ 10.000,00	\$ 450,00	
4	13	\$ 10.000,00	\$ 1.250,00	\$ 8.750,00	\$ 400,00	\$ 1.300,00
	14	\$ 8.750,00	\$ 1.250,00	\$ 7.500,00	\$ 350,00	
	15	\$ 7.500,00	\$ 1.250,00	\$ 6.250,00	\$ 300,00	
	16	\$ 6.250,00	\$ 1.250,00	\$ 5.000,00	\$ 250,00	
5	17	\$ 5.000,00	\$ 1.250,00	\$ 3.750,00	\$ 200,00	\$ 500,00
	18	\$ 3.750,00	\$ 1.250,00	\$ 2.500,00	\$ 150,00	
	19	\$ 2.500,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 100,00	
	20	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 0,00	\$ 50,00	

Fuente: BNF

Elaboración: Los Autores

DETERMINACIÓN DE COSTOS

El proceso de producción y comercialización comprenden una serie de costos y gastos; es decir son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante una año o ejercicio económico. El objetivo de presupuestar es de poder establecer costo de producción.

PRESUPUESTOS PROFORMADOS

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que obtendrá el proyecto así como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes: los ingresos y egresos. Para la fase de operación de la empresa **INNOVATEX** es importante estimar los ingresos y egresos que se ocasionaran a fin de tener la información básica que permita tomar las decisiones. Para el presupuesto de

costos se realiza un incremento con las proyecciones de la tasa de inflación a partir del año 2014, información proporcionada por el Banco Central del Ecuador. (Ver anexo N° 6).

**CUADRO N° 82
PRESUPUESTO PROFORMADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	\$ 60.240,00	\$ 62.673,70	\$ 65.168,11	\$ 67.742,25	\$ 70.397,75	\$ 73.136,22	\$ 75.959,28	\$ 78.868,52	\$ 81.857,63	\$ 84.919,11
Mano de Obra Directa	\$ 29.088,40	\$ 31.651,09	\$ 34.439,55	\$ 37.473,67	\$ 40.775,10	\$ 44.367,39	\$ 48.276,16	\$ 52.529,29	\$ 57.157,12	\$ 62.192,66
G.GENERALES DE FABRICACIÓN										
Materia Prima Indirecta	\$ 4.166,40	\$ 4.334,72	\$ 4.507,24	\$ 4.685,28	\$ 4.868,94	\$ 5.058,35	\$ 5.253,60	\$ 5.454,81	\$ 5.661,55	\$ 5.873,29
Materiales de Trabajo	\$ 42,00	\$ 43,70	\$ 45,44	\$ 47,23	\$ 49,08	\$ 50,99	\$ 52,96	\$ 54,99	\$ 57,07	\$ 59,21
Energía Eléctrica de Producción	\$ 990,00	\$ 1.030,00	\$ 1.070,99	\$ 1.113,29	\$ 1.156,94	\$ 1.201,94	\$ 1.248,33	\$ 1.296,15	\$ 1.345,27	\$ 1.395,58
Agua Potable de Producción	\$ 29,40	\$ 30,59	\$ 31,81	\$ 33,06	\$ 34,36	\$ 35,69	\$ 37,07	\$ 38,49	\$ 39,95	\$ 41,44
Mantenimiento de Maq. Y Equi.	\$ 300,00	\$ 312,12	\$ 324,54	\$ 337,36	\$ 350,59	\$ 364,22	\$ 378,28	\$ 392,77	\$ 407,66	\$ 422,90
Mano de Obra Indirecta	\$ 10.566,00	\$ 11.496,86	\$ 12.509,74	\$ 13.611,85	\$ 14.811,05	\$ 16.115,90	\$ 17.535,71	\$ 19.080,61	\$ 20.761,61	\$ 22.590,71
Deprec. de Maquinaria Y Equipo	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00
Depreciación de Herramientas	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
TOTAL COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 107.472,20	\$ 113.622,77	\$ 120.147,41	\$ 127.094,00	\$ 134.493,80	\$ 142.380,71	\$ 150.791,40	\$ 159.765,62	\$ 169.337,86	\$ 179.544,91
COSTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Remuneraciones	\$ 30.143,56	\$ 32.799,20	\$ 35.688,81	\$ 38.833,00	\$ 42.254,18	\$ 45.976,78	\$ 50.027,33	\$ 54.434,74	\$ 59.230,44	\$ 64.448,64
Energia Electrica - Admin.	\$ 234,00	\$ 243,45	\$ 253,14	\$ 263,14	\$ 273,46	\$ 284,09	\$ 295,06	\$ 306,36	\$ 317,97	\$ 329,87
Agua Potable - Admin.	\$ 63,00	\$ 65,55	\$ 68,15	\$ 70,85	\$ 73,62	\$ 76,49	\$ 79,44	\$ 82,48	\$ 85,61	\$ 88,81
Servicio Telefónico	\$ 211,20	\$ 219,73	\$ 228,48	\$ 237,50	\$ 246,81	\$ 256,41	\$ 266,31	\$ 276,51	\$ 286,99	\$ 297,72
Arriendo	\$ 9.600,00	\$ 9.987,84	\$ 10.385,36	\$ 10.795,58	\$ 11.218,76	\$ 11.655,17	\$ 12.105,06	\$ 12.568,69	\$ 13.045,04	\$ 13.532,93
Útiles de Oficina	\$ 549,00	\$ 571,18	\$ 593,91	\$ 617,37	\$ 641,57	\$ 666,53	\$ 692,26	\$ 718,77	\$ 746,01	\$ 773,91
Útiles de Aseo	\$ 827,76	\$ 861,20	\$ 895,48	\$ 930,85	\$ 967,34	\$ 1.004,97	\$ 1.043,76	\$ 1.083,74	\$ 1.124,81	\$ 1.166,88
Amortización de Activos Diferid	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00
Deprec. de Muebles y Enseres	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00	\$ 329,00

Deprec. de Equipos de Oficina	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60	\$ 61,60
Deprec. de Equipo de Computo	\$ 1.758,00	\$ 1.758,00	\$ 1.758,00	\$ 1.831,13	\$ 1.831,13	\$ 1.831,13	\$ 1.907,31	\$ 1.907,31	\$ 1.907,31	\$ 1.986,65
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIV.	\$ 44.188,12	\$ 47.307,76	\$ 50.672,93	\$ 54.381,02	\$ 58.308,49	\$ 62.553,18	\$ 67.218,13	\$ 72.180,20	\$ 77.545,78	\$ 83.427,01
GASTOS DE VENTAS										
Sueldo	\$ 19.424,04	\$ 21.135,30	\$ 22.997,32	\$ 25.023,38	\$ 27.227,94	\$ 29.626,72	\$ 32.236,84	\$ 35.076,90	\$ 38.167,18	\$ 41.529,71
Publicidad	\$ 5.280,00	\$ 5.493,31	\$ 5.711,95	\$ 5.937,57	\$ 6.170,32	\$ 6.410,35	\$ 6.657,79	\$ 6.912,78	\$ 7.174,77	\$ 7.443,11
Fletes	\$ 198,00	\$ 206,00	\$ 214,20	\$ 222,66	\$ 231,39	\$ 240,39	\$ 249,67	\$ 259,23	\$ 269,05	\$ 279,12
Material de Empaque	\$ 4.135,80	\$ 4.302,89	\$ 4.474,14	\$ 4.650,87	\$ 4.833,18	\$ 5.021,19	\$ 5.215,01	\$ 5.414,75	\$ 5.619,97	\$ 5.830,15
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 29.037,84	\$ 31.137,50	\$ 33.397,60	\$ 35.834,48	\$ 38.462,83	\$ 41.298,65	\$ 44.359,30	\$ 47.663,66	\$ 51.230,97	\$ 55.082,09
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por Préstamo	\$ 3.700,00	\$ 2.900,00	\$ 2.100,00	\$ 1.300,00	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 0,00
OTROS GASTOS										
Amortización de Capital	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 81.925,96	\$ 86.345,25	\$ 91.170,54	\$ 96.515,50	\$ 102.271,32	\$ 103.851,83	\$ 111.577,44	\$ 119.843,86	\$ 129.276,75	\$ 138.509,10
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 189.398,16	\$ 199.968,02	\$ 211.317,95	\$ 223.609,49	\$ 236.765,12	\$ 246.232,54	\$ 262.368,83	\$ 279.609,48	\$ 298.614,62	\$ 318.054,00

Fuente: Cuadro N° 42-46; 56; 58-75; 81

Elaboración: Los Autores

ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS

El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes, la determinación de este valor es una de las decisiones estratégicas más importantes, el precio, es uno de los elementos que los usuarios tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente. El precio de venta es igual al costo total del producto más el margen de utilidad a ganar.

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

En este caso para la empresa se ha determinado para el primer año un 23% de margen de utilidad y el cual se va incrementado de acuerdo a los constantes cambios económicos que se presenten esto durante la vida útil de la empresa.

CUADRO N° 83

PRESUPUESTO DE INGRESOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 189.398,16	\$ 199.968,02	\$ 211.317,95	\$ 223.609,49	\$ 236.765,12	\$ 246.232,54	\$ 262.368,83	\$ 279.609,48	\$ 298.614,62	\$ 318.054,00
UNIDADES PRODUCIDAS	9.240	9.979	10.718	11.458	12.197	12.936	13.675	14.414	15.154	15.893
COSTO UNITARIO DE PROD.	\$ 20,50	\$ 20,04	\$ 19,72	\$ 19,52	\$ 19,41	\$ 19,03	\$ 19,19	\$ 19,40	\$ 19,71	\$ 20,01
MARGEN DE UTILIDAD	23,00%	25,00%	30,00%	33,00%	37,00%	40,00%	44,00%	47,00%	50,00%	53,00%
P.V.P.	\$ 25,22	\$ 25,05	\$ 25,64	\$ 25,96	\$ 26,59	\$ 26,64	\$ 27,63	\$ 28,52	\$ 29,57	\$ 30,62
P.V.P. AJUSTADO	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00
UNIDADES VENDIDAS	9.240	9.979	10.718	11.458	12.197	12.936	13.675	14.414	15.154	15.893
INGRESO ANUAL	\$ 231.000,00	\$ 249.480,00	\$ 278.678,00	\$ 297.898,00	\$ 329.314,00	\$ 349.272,00	\$ 382.906,00	\$ 418.018,00	\$ 454.608,00	\$ 492.677,00

Fuente: Cuadro N° 82

Elaboración: Los Autores

Como se puede observar en el cuadro el precio por camisa SLIM-FIT de la empresa es de \$ 25,00 dólares para el primer y segundo año, \$ 26,00 para el tercer y cuarto año, \$ 27,00 dólares para el quinto y sexto año, \$ 28,00 dólares para el séptimo año, \$ 29,00 para el octavo año, \$ 30,00 dólares para el noveno año y \$ 31,00 dólares para el décimo año, como se puede observar el precio de venta al público son bastantes competitivos con respecto a la competencia ya que las camisas que poseen diseño están por encima del precio que la empresa INNOVATEX ofrece al público.

Así mismo el ingreso anual se lo ha calculado tomando en cuenta las unidades vendidas por el precio de venta al público, durante la vida útil del proyecto.

**Nota: Los ingresos aumentan de forma notoria a partir del sexto año, esto debido porque ya está pagado el préstamo.*

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Estado de pérdidas y ganancias también llamado “*Estado de Resultados*” nos indica la proyección de los ingresos y deducciones y nos representa cual es la utilidad o perdida que se ha obtenido durante un determinado periodo de tiempo, cuyos resultados sirven para la toma de decisiones que permite conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro. Su principal objetivo es el de estimar las utilidades o perdidas que puedan generarse en los años de vida útil del proyecto. Los **INGRESOS** están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos y los **EGRESOS** se forma por la sumatoria del costo de producción más el costo de operación.

CUADRO N° 84
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. INGRESOS										
Ventas	\$ 231.000,00	\$ 249.480,00	\$ 278.678,00	\$ 297.898,00	\$ 329.314,00	\$ 349.272,00	\$ 382.906,00	\$ 418.018,00	\$ 454.608,00	\$ 492.677,00
+ Valor Residual										\$ 3.973,30
TOTAL DE INGRESOS	\$ 231.000,00	\$ 249.480,00	\$ 278.678,00	\$ 297.898,00	\$ 329.314,00	\$ 349.272,00	\$ 382.906,00	\$ 418.018,00	\$ 454.608,00	\$ 496.650,30
2. EGRESOS										
Costo de Producción	\$ 107.472,20	\$ 113.622,77	\$ 120.147,41	\$ 127.094,00	\$ 134.493,80	\$ 142.380,71	\$ 150.791,40	\$ 159.765,62	\$ 169.337,86	\$ 179.544,91
+ Costo de Operación	\$ 81.925,96	\$ 86.345,25	\$ 91.170,54	\$ 96.515,50	\$ 102.271,32	\$ 103.851,83	\$ 111.577,44	\$ 119.843,86	\$ 129.276,75	\$ 138.509,10
TOTAL DE EGRESOS	\$ 189.398,16	\$ 199.968,02	\$ 211.317,95	\$ 223.609,49	\$ 236.765,12	\$ 246.232,54	\$ 262.368,83	\$ 279.609,48	\$ 298.614,62	\$ 318.054,00
UTILIDAD BRUTA (1-2)	\$ 41.601,84	\$ 49.511,98	\$ 67.360,05	\$ 74.288,51	\$ 92.548,88	\$ 103.039,46	\$ 120.537,17	\$ 138.408,52	\$ 155.993,38	\$ 178.596,30
- 15% Utilidad Trabajador	\$ 6.240,28	\$ 7.426,80	\$ 10.104,01	\$ 11.143,28	\$ 13.882,33	\$ 15.455,92	\$ 18.080,58	\$ 20.761,28	\$ 23.399,01	\$ 26.789,45
= Utilidad antes del Imp. Renta	\$ 35.361,56	\$ 42.085,18	\$ 57.256,04	\$ 63.145,23	\$ 78.666,55	\$ 87.583,54	\$ 102.456,59	\$ 117.647,24	\$ 132.594,37	\$ 151.806,85
- 25% Impuesto a la Renta	\$ 8.840,39	\$ 10.521,29	\$ 14.314,01	\$ 15.786,31	\$ 19.666,64	\$ 21.895,89	\$ 25.614,15	\$ 29.411,81	\$ 33.148,59	\$ 37.951,71
= Utilidad antes Fondo de Res.	\$ 26.521,17	\$ 31.563,89	\$ 42.942,03	\$ 47.358,92	\$ 58.999,91	\$ 65.687,65	\$ 76.842,44	\$ 88.235,43	\$ 99.445,78	\$ 113.855,14
- 10% Reserva Legal	\$ 2.652,12	\$ 3.156,39	\$ 4.294,20	\$ 4.735,89	\$ 5.899,99	\$ 6.568,77	\$ 7.684,24	\$ 8.823,54	\$ 9.944,58	\$ 11.385,51
UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 23.869,05	\$ 28.407,50	\$ 38.647,83	\$ 42.623,03	\$ 53.099,92	\$ 59.118,88	\$ 69.158,20	\$ 79.411,89	\$ 89.501,20	\$ 102.469,63

Fuente: Cuadro N° 82,83

Elaboración: Los Autores

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

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

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

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

- **Función a las Ventas:** Este punto es de gran importancia, ya que es una herramienta que permite determinar el volumen mínimo de ventas que la Empresa "INNOVATEX" Cía. Ltda., debe realizar, con el fin de no perder, y así la empresa pueda tener un capital económico estable adecuado a sus necesidades.
- **Capacidad Instalada:** La capacidad instalada es de gran importancia, porque de ella depende cuanta cantidad de camisas se puede confeccionar, dependiendo del nivel de capacidad que tenga la maquinaria de la empresa.
- **Función de la producción:** Aquí la Empresa "INNOVATEX" Cía. Ltda., debe tomar en cuenta cuantas unidades debe producir de camisas Slim-Fit, con el fin de adquirir la materia prima directa necesaria para realizar el producto, y así no producir más de lo debido, con el objetivo que no exista un desequilibrio económico dentro de la empresa.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

CUADRO N° 85

CLASIFICACIÓN DE COSTOS PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	PRIMER AÑO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa	\$ 60.240,00		\$ 60.240,00
Mano de Obra Directa	\$ 29.088,40		\$ 29.088,40
G.GENERALES DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta	\$ 4.166,40		\$ 4.166,40
Materiales de Trabajo	\$ 42,00		\$ 42,00
Energía Eléctrica de Producción	\$ 990,00		\$ 990,00
Agua Potable de Producción	\$ 29,40		\$ 29,40
Mantenimiento de Maq. Y Equi.	\$ 300,00		\$ 300,00
Mano de Obra Indirecta	\$ 10.566,00	\$ 10.566,00	
Depreciación de Maquinaria Y Equipo	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	
Depreciación de Herramientas	\$ 220,00	\$ 220,00	
TOTAL COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 107.472,20	\$ 12.616,00	\$ 94.856,20
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Remuneraciones	\$ 30.143,56	\$ 30.143,56	
Energía Eléctrica - Admin.	\$ 234,00	\$ 234,00	
Agua Potable - Admin.	\$ 63,00	\$ 63,00	
Servicio Telefónico	\$ 211,20	\$ 211,20	
Arriendo	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	
Útiles de Oficina	\$ 549,00	\$ 549,00	
Útiles de Aseo	\$ 827,76	\$ 827,76	
Amortización de Activos Diferid	\$ 411,00	\$ 411,00	
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 329,00	\$ 329,00	
Depreciación de Equipos de Oficina	\$ 61,60	\$ 61,60	
Depreciación de Equipo de Computo	\$ 1.758,00	\$ 1.758,00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIV.	\$ 44.188,12	\$ 44.188,12	
GASTOS DE VENTAS			
Sueldo	\$ 19.424,04	\$ 19.424,04	
Publicidad	\$ 5.280,00	\$ 5.280,00	
Fletes	\$ 198,00		\$ 198,00
Material de Empaque	\$ 4.135,80		\$ 4.135,80
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 29.037,84	\$ 24.704,04	\$ 4.333,80
GASTOS FINANCIEROS			
Interés por Préstamo	\$ 3.700,00	\$ 3.700,00	
OTROS GASTOS			
Amortización de Capital	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 81.925,96	\$ 77.592,16	\$ 4.333,80
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 189.398,16	\$ 90.208,16	\$ 99.190,00

Fuente: Cuadro N° 82

Elaboración: Los Autores

**PUNTO DE EQUILIBRIO
AÑO 1
MÉTODO MATEMÁTICO**

DATOS:

CF: \$ 90.208,16
CV: \$ 99.190,00
CT: \$ 189.398,16
VT: \$ 231.000,00

FORMULAS:

1. PE en Función de Ventas:

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

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 90.208,16}{1 - \left(\frac{\$ 99.190,00}{\$ 231.000,00}\right)}$$

P.E = \$ 90.207,73//

2. Fórmula para capacidad instalada:

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

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 90.208,16}{\$ 231.000,00 - \$ 99.190,00} \times 100$$

P.E = 68,43%//

3. Función a la producción:

***Formula del Costo Variable Unitario:**

$$C.V.U = \frac{C.V.}{\text{No. unidades producidas}}$$

***Desarrollo:**

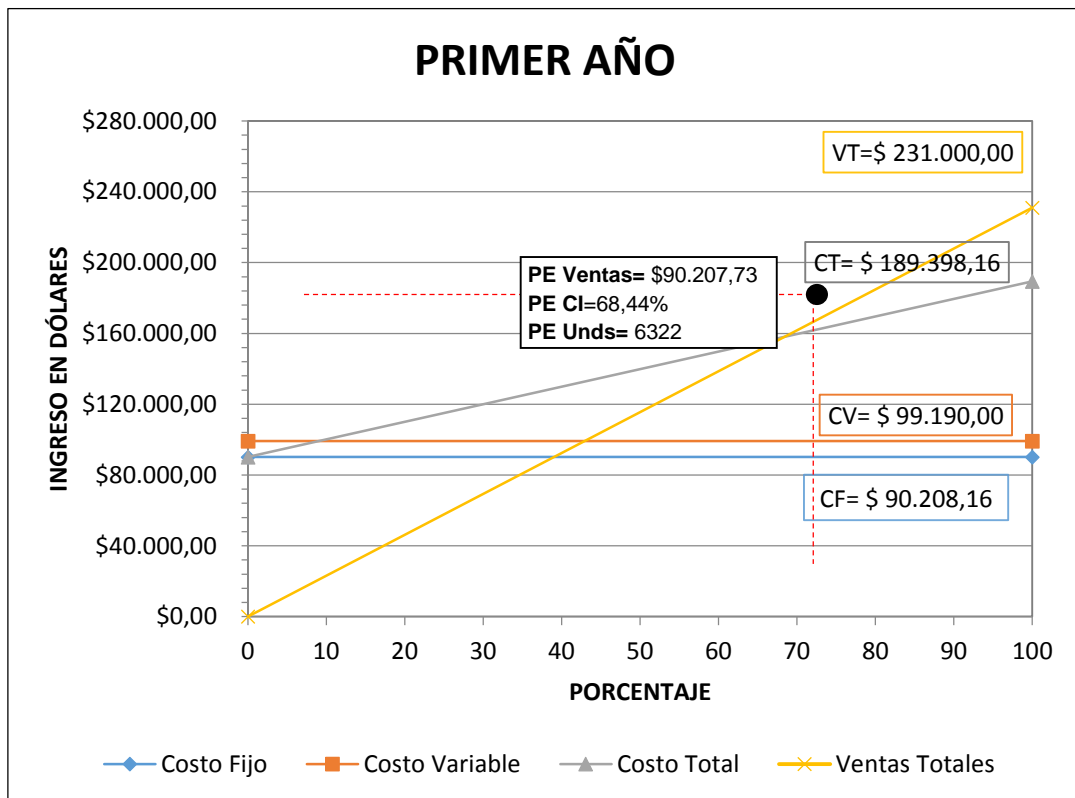
$$C.V.U = \frac{\$ 99.190,00}{9.240} = C.V.U = 10,73//$$

***Formula de la función de producción:**

$$P.E = \frac{C.F.}{P.V.U - C.V.U} = \frac{\$ 90.208,16}{\$ 25,00 - \$ 10,73} = P.E = 6.322 //$$

MÉTODO GRÁFICO

GRÁFICO Nº 65



Por lo tanto se observa en la gráfica, que la empresa INNOVATEX en su primer año de vida útil y operación, de las 9.240 camisas Slim-Fit manga larga que se confeccionara deberá realizar un 68,44% de su capacidad de producción es decir de confeccionar un total de 6.322 camisas Slim-Fit y obteniendo unas ganancias de \$ 90.207,73 dólares. Resultado que muestra que mediante la confección de 6.322 camisas la empresa se encontrara en un punto de equilibrio, donde no obtendrá ni perdidas ni ganancias.

CUADRO N° 86
CLASIFICACIÓN DE COSTOS QUINTO AÑO

DESCRIPCIÓN	QUINTO AÑO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa	\$ 70.397,75		\$ 70.397,75
Mano de Obra Directa	\$ 40.775,10		\$ 40.775,10
G.GENERALES DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta	\$ 4.868,94		\$ 4.868,94
Materiales de Trabajo	\$ 49,08		\$ 49,08
Energía Eléctrica de Producción	\$ 1.156,94		\$ 1.156,94
Agua Potable de Producción	\$ 34,36		\$ 34,36
Mantenimiento de Maq. Y Equi.	\$ 350,59		\$ 350,59
Mano de Obra Indirecta	\$ 14.811,05	\$ 14.811,05	
Depreciac. de Maquinaria Y Equipo	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	
Depreciación de Herramientas	\$ 220,00	\$ 220,00	
TOTAL COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 134.493,80	\$ 16.861,05	\$ 117.632,75
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Remuneraciones	\$ 42.254,18	\$ 42.254,18	
Energia Electrica - Admin.	\$ 273,46	\$ 273,46	
Agua Potable - Admin.	\$ 73,62	\$ 73,62	
Servicio Telefónico	\$ 246,81	\$ 246,81	
Arriendo	\$ 11.218,76	\$ 11.218,76	
Útiles de Oficina	\$ 641,57	\$ 641,57	
Útiles de Aseo	\$ 967,34	\$ 967,34	
Amortización de Activos Diferid	\$ 411,00	\$ 411,00	
Depreciac. de Muebles y Enseres	\$ 329,00	\$ 329,00	
Depreciac. de Equipos de Oficina	\$ 61,60	\$ 61,60	
Depreciac. de Equipo de Computo	\$ 1.831,13	\$ 1.831,13	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIV.	\$ 58.308,49	\$ 58.308,49	
GASTOS DE VENTAS			
Sueldo	\$ 27.227,94	\$ 27.227,94	
Publicidad	\$ 6.170,32	\$ 6.170,32	
Fletes	\$ 231,39		\$ 231,39
Material de Empaque	\$ 4.833,18		\$ 4.833,18
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 38.462,83	\$ 33.398,26	\$ 5.064,57
GASTOS FINANCIEROS			
Interés por Préstamo	\$ 500,00	\$ 500,00	
OTROS GASTOS			
Amortización de Capital	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 102.271,32	\$ 97.206,75	\$ 5.064,57
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 236.765,12	\$ 114.067,80	\$ 122.697,32

Fuente: Cuadro N° 82

Elaboración: Los Autores

**PUNTO DE EQUILIBRIO
AÑO 5
MÉTODO MATEMÁTICO**

DATOS:

CF: \$ 114.067,80

CV: \$ 122.697,32

CT: \$ 236.765,12

VT: \$ 329.314,00

FORMULAS:

1. PE en Función de Ventas:

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

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 114.067,80}{1 - \left(\frac{\$ 122.697,32}{\$ 329.314,00}\right)}$$

P.E = \$ 114.067,42//

2. Fórmula para capacidad instalada:

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

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 114.067,80}{\$ 329.314,00 - \$ 122.697,32} \times 100$$

P.E = 55,21%//

3. Función a la producción:

***Formula del Costo Variable Unitario:**

$$C.V.U = \frac{C.V.}{\text{No. unidades producidas}}$$

***Desarrollo:**

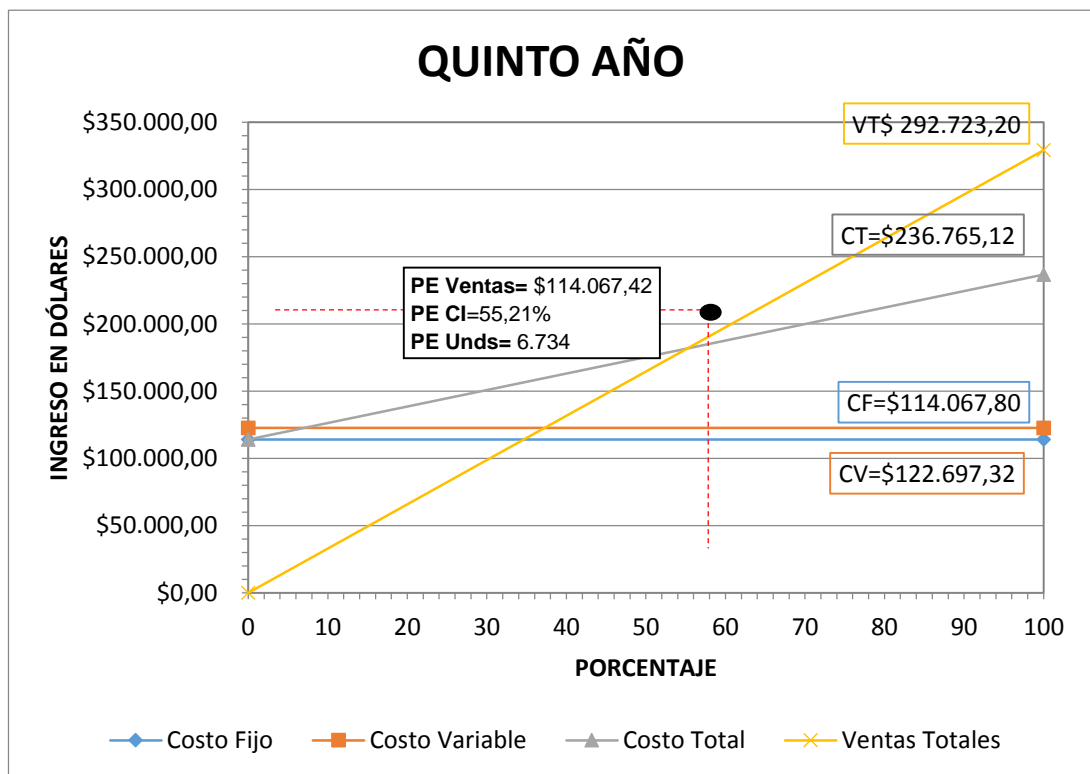
$$C.V.U = \frac{\$ 122.697,32}{12.197} = C.V.U = \$ 10,06//$$

*Formula de la función de producción:

$$P.E = \frac{C.F.}{P.V.U - C.V.U} = \frac{\$ 114.067,80}{\$ 27,00 - \$ 10,06} = P.E = 6.734 //$$

MÉTODO GRÁFICO

GRÁFICO Nº 66



Por lo tanto se observa en la gráfica, que la empresa INNOVATEX en su quinto año de vida útil y operación, de las 12.197 camisas Slim-Fit manga larga que se confeccionara deberá realizar un 55,21% de su capacidad de producción es decir de confeccionar un total de 6.734 camisas Slim-Fit y obteniendo así ganancias de \$ 114.067,42 dólares. Resultado que muestra que mediante la confección de 6.734 camisas la empresa se encontrara en un punto de equilibrio, donde no obtendrá ni perdidas ni ganancias.

CUADRO N° 87
CLASIFICACIÓN DE COSTOS DÉCIMO AÑO

DESCRIPCIÓN	DÉCIMO AÑO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa	\$ 84.919,11		\$ 84.919,11
Mano de Obra Directa	\$ 62.192,66		\$ 62.192,66
G.GENERALES DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta	\$ 5.873,29		\$ 5.873,29
Materiales de Trabajo	\$ 59,21		\$ 59,21
Energía Eléctrica de Producción	\$ 1.395,58		\$ 1.395,58
Agua Potable de Producción	\$ 41,44		\$ 41,44
Mantenimiento de Maq. Y Equi.	\$ 422,90		\$ 422,90
Mano de Obra Indirecta	\$ 22.590,71	\$ 22.590,71	
Depreciac. de Maquinaria Y Equipo	\$ 1.830,00	\$ 1.830,00	
Depreciación de Herramientas	\$ 220,00	\$ 220,00	
TOTAL COSTO DE FABRICACIÓN	\$ 179.544,91	\$ 24.640,71	\$ 154.904,20
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Remuneraciones	\$ 64.448,64	\$ 64.448,64	
Energía Eléctrica - Admin.	\$ 329,87	\$ 329,87	
Agua Potable - Admin.	\$ 88,81	\$ 88,81	
Servicio Telefónico	\$ 297,72	\$ 297,72	
Arriendo	\$ 13.532,93	\$ 13.532,93	
Útiles de Oficina	\$ 773,91	\$ 773,91	
Útiles de Aseo	\$ 1.166,88	\$ 1.166,88	
Amortización de Activos Diferid	\$ 411,00	\$ 411,00	
Depreciac. de Muebles y Enseres	\$ 329,00	\$ 329,00	
Depreciac. de Equipos de Oficina	\$ 61,60	\$ 61,60	
Depreciac. de Equipo de Computo	\$ 1.986,65	\$ 1.986,65	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIV.	\$ 83.427,01	\$ 83.427,01	
GASTOS DE VENTAS			
Sueldo	\$ 41.529,71	\$ 41.529,71	
Publicidad	\$ 7.443,11	\$ 7.443,11	
Fletes	\$ 279,12		\$ 279,12
Material de Empaque	\$ 5.830,15		\$ 5.830,15
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 55.082,09	\$ 48.972,82	\$ 6.109,27
GASTOS FINANCIEROS			
Interés por Préstamo	\$ 0,00	\$ 0,00	
OTROS GASTOS			
Amortización de Capital	\$ 0,00	\$ 0,00	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 138.509,10	\$ 132.399,83	\$ 6.109,27
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	\$ 318.054,00	\$ 157.040,54	\$ 161.013,47

Fuente: Cuadro N° 81

Elaboración: Los Autores

**PUNTO DE EQUILIBRIO
AÑO 10
MÉTODO MATEMÁTICO**

DATOS:

CF: \$ 157.040,54

CV: \$ 161.013,47

CT: \$ 318.054,00

VT: \$ 492.677,00

FORMULAS:

1. PE en Función de Ventas:

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

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 157.040,54}{1 - \left(\frac{\$ 161.013,47}{\$ 492.677,00}\right)}$$

P.E = \$ 157.040,21//

2. Fórmula para capacidad instalada:

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

***Desarrollo:**

$$P.E = \frac{\$ 157.040,54}{\$ 492.677,00 - \$ 161.013,47} \times 100$$

P.E = 47,35%//

3. Función a la producción:

***Formula del Costo Variable Unitario:**

$$C.V.U = \frac{C.V.}{\text{No. unidades producidas}}$$

***Desarrollo:**

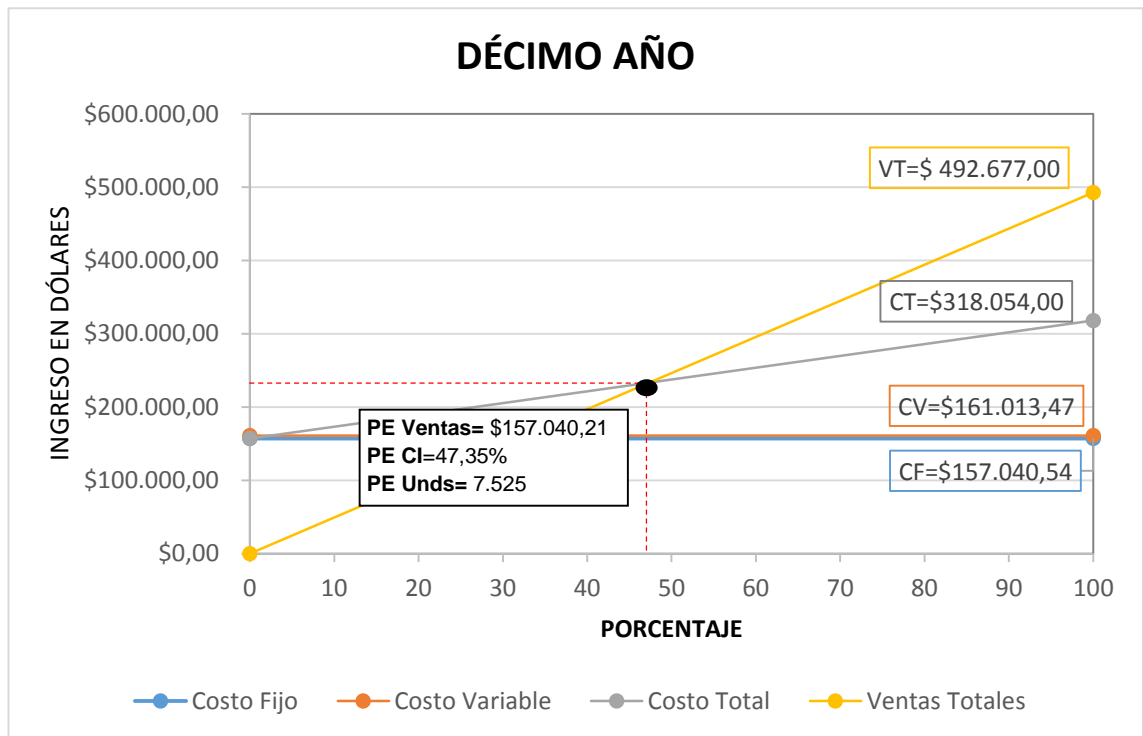
$$C.V.U = \frac{\$ 161.013,47}{15.893} = C.V.U = \$ 10,13//$$

*Formula de la función de producción:

$$P.E = \frac{C.F.}{P.V.U - C.V.U} = \frac{\$ 157.040,54}{\$ 31,00 - \$ 10,13} = P.E = 7.525 //$$

MÉTODO GRÁFICO

GRÁFICO Nº 67



Por lo tanto se observa en la gráfica, que la empresa INNOVATEX en su décimo año de vida útil y operación, de las 15.893 camisas Slim-Fit manga larga que se confeccionara deberá realizar un 47,35% de su capacidad de producción es decir debe confeccionar un total de 7.525 camisas Slim-Fit, y obteniendo unas ganancias de \$ 157.040,21 dólares. Resultado que muestra que mediante la confección de 7.525 camisas la empresa se encontrara en un punto de equilibrio, donde no obtendrá ni perdidas ni ganancias.

EVALUACIÓN FINANCIERA

En esta evaluación se busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada inversionista del proyecto. Esta evaluación consiste en tomar la decisión de si es factible o no el proyecto combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación en lo que se basa en los ingresos y egresos. Para ello se toma en cuenta algunos indicadores como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

Con base a los resultados obtenidos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto y su factibilidad, estableciéndose conclusiones definitivas que permitirán tomar la decisión sobre la puesta o no en marcha del proyecto. Esta fase del proyecto es una de las más importantes y decisivas, por lo que deberá realizarse un análisis preciso de cada uno de los indicadores antes mencionados.

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja. El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto. El Flujo de caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo. Los flujos de caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto. La información clave para esta proyección está en el cálculo de los beneficios esperados, los estudios de mercado y técnico, en los cuales se realiza la asignación de los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de cada

área así como se cuantifica los costos que ello demanda. En el flujo de caja se suman las amortizaciones de activos diferidos y las depreciaciones, valores que no son considerados como egresos o desembolsos en efectivo para la empresa. A continuación se presenta el cuadro del Flujo de caja de la empresa Innovatex Cía. Ltda.

CUADRO N° 88
FLUJO DE CAJA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. INGRESOS										
Ventas	\$ 231.000,00	\$ 249.480,00	\$ 278.678,00	\$ 297.898,00	\$ 329.314,00	\$ 349.272,00	\$ 382.906,00	\$ 418.018,00	\$ 454.608,00	\$ 492.677,00
+ Valor Residual										\$ 3.973,30
TOTAL DE INGRESOS	\$ 231.000,00	\$ 249.480,00	\$ 278.678,00	\$ 297.898,00	\$ 329.314,00	\$ 349.272,00	\$ 382.906,00	\$ 418.018,00	\$ 454.608,00	\$ 496.650,30
2. EGRESOS										
Costo de Producción	\$ 107.472,20	\$ 113.622,77	\$ 120.147,41	\$ 127.094,00	\$ 134.493,80	\$ 142.380,71	\$ 150.791,40	\$ 159.765,62	\$ 169.337,86	\$ 179.544,91
+ Costo de Operación	\$ 81.925,96	\$ 86.345,25	\$ 91.170,54	\$ 96.515,50	\$ 102.271,32	\$ 103.851,83	\$ 111.577,44	\$ 119.843,86	\$ 129.276,75	\$ 138.509,10
TOTAL DE EGRESOS	\$ 189.398,16	\$ 199.968,02	\$ 211.317,95	\$ 223.609,49	\$ 236.765,12	\$ 246.232,54	\$ 262.368,83	\$ 279.609,48	\$ 298.614,62	\$ 318.054,00
UTILIDAD BRUTA (1-2)	\$ 41.601,84	\$ 49.511,98	\$ 67.360,05	\$ 74.288,51	\$ 92.548,88	\$ 103.039,46	\$ 120.537,17	\$ 138.408,52	\$ 155.993,38	\$ 178.596,30
- 15% Utilidad Trabajador	\$ 6.240,28	\$ 7.426,80	\$ 10.104,01	\$ 11.143,28	\$ 13.882,33	\$ 15.455,92	\$ 18.080,58	\$ 20.761,28	\$ 23.399,01	\$ 26.789,45
= Utilidad antes del Imp. Renta	\$ 35.361,56	\$ 42.085,18	\$ 57.256,04	\$ 63.145,23	\$ 78.666,55	\$ 87.583,54	\$ 102.456,59	\$ 117.647,24	\$ 132.594,37	\$ 151.806,85
- 25% Impuesto a la Renta	\$ 8.840,39	\$ 10.521,30	\$ 14.314,01	\$ 15.786,31	\$ 19.666,64	\$ 21.895,89	\$ 25.614,15	\$ 29.411,81	\$ 33.148,59	\$ 37.951,71
= UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 26.521,17	\$ 31.563,88	\$ 42.942,03	\$ 47.358,92	\$ 58.999,91	\$ 65.687,65	\$ 76.842,44	\$ 88.235,43	\$ 99.445,78	\$ 113.855,14
+ Amortización de Activos Diferidos	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00	\$ 411,00
+ Depreciaciones	\$ 4.198,60	\$ 4.198,60	\$ 4.198,60	\$ 4.271,73	\$ 4.271,73	\$ 4.271,73	\$ 4.347,91	\$ 4.347,91	\$ 4.347,91	\$ 4.427,25
FLUJO DE CAJA	\$ 31.130,77	\$ 36.173,48	\$ 47.551,63	\$ 52.041,65	\$ 63.682,64	\$ 70.370,38	\$ 81.601,35	\$ 92.994,34	\$ 104.204,69	\$ 118.693,39

Fuente: Cuadro N° 82
Elaboración: Los Autores.

TASA MINIMA DE ACEPTACIÓN RENTABLE (TMAR)

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

$$TMAR = I + F + IF$$

DONDE:

I = Premio al riesgo = Ganancia que espera recibir el inversionista, (puede ser mayor o igual a la tasa de interés activa) + Riesgo país.

F= Inflación

DESARROLLO DE LA TMAR

DONDE:

I = Premio al riesgo = Ganancia que espera recibir el inversionista, (puede ser mayor o igual a la tasa de interés activa = 16,00) + Riesgo país.

I = Tasa de interés activa (interés que podría cobrarle a la empresa) + riesgo país (1000 puntos = 1%)

I = 16%⁴⁴ (tasa de interés activa real que el banco cobra al sector de consumo) + Riesgo País

Riesgo país = 636 puntos = 0,636%⁴⁵

I = 16% + 0,636% = 16,64%

F = Inflación anual = 4,10% (Inflación proyectada 2013 por el BCE-Ver Anexo N° 6)

⁴⁴ https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88

⁴⁵ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

$$\text{TMAR} = 16,64\% + 4,10\% + (16,64\% * 4,10\%) \quad \text{TMAR} = \mathbf{21,42\%}$$

CUADRO N° 89

TMAR (TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO)

FINANCIAMIENTO	% FINANCIA	TMAR	TMAR GLOBAL
Capital Propio	49,34%	21,42%	10,57%
Capital Externo	50,66%	16,00%	8,11%
i=			18,67%

La tasa mínima aceptable de rendimiento muestra que la tasa (i) al ejecutarse este proyecto, se recomienda que al menos deba arrojar como retribución económica una TMAR de **18,67%**

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costo e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto. En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicados por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener. El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Si el VAN es mayor a cero, el proyecto o inversión es conveniente, pero si es menor a cero la inversión no es conveniente y en caso de ser igual a cero el proyecto es indiferente.

FÓRMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

En donde:

FA= Factor de Actualización o Descuento

i= Tasa de Interés

n= Número de periodo a ser actualizado

FÓRMULA DEL VAN

$$VAN = \sum VA - INVERSIÓN$$

En donde:

VAN= Valor Actual Neto

\sum VA= Sumatoria de los Valores Actual

CUADRO N° 90

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
0	\$ 49.344,55	18,67%	
1	\$ 31.130,77	0,84266	\$ 26.232,65
2	\$ 36.173,48	0,71007	\$ 25.685,70
3	\$ 47.551,63	0,59834	\$ 28.452,04
4	\$ 52.041,65	0,50420	\$ 26.239,40
5	\$ 63.682,64	0,42487	\$ 27.056,84
6	\$ 70.370,38	0,35802	\$ 25.194,00
7	\$ 81.601,35	0,30168	\$ 24.617,49
8	\$ 92.994,34	0,25422	\$ 23.641,02
9	\$ 104.204,69	0,21422	\$ 22.322,73
10	\$ 118.693,39	0,18051	\$ 21.425,34
Σ VALOR ACTUAL			\$ 250.867,21
INVERSIÓN			\$ 49.344,55
VAN			\$ 201.522,66

Fuente: Cuadro N° 88-89

Elaboración: Los Autores.

$$VAN = \sum VA - INVERSIÓN$$

VAN= \$ 250.867,21 - \$ 49.344,55

VAN= \$ 201.522,66

Como se puede observar el VAN en los diez años de proyección es positivo y por lo tanto con base a este indicador el proyecto es aceptable. Por lo tanto se observa que el valor de la empresa crece en el transcurrir de los años.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es el método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante la vida útil del proyecto. Se define a la “Tasa Interna de Retorno” como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Los criterios de decisión basada en la TIR son:

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

FÓRMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

En donde:

FA= Factor de Actualización o Descuento

i= Tasa de Interés Actual

n= Número de periodo a ser actualizado

Menor

Mayor

FÓRMULA DE LA TIR

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

TIR= Tasa Interna de Retorno

Tm= Sumatoria de los Valores

Dt= Diferencia de tasas

VAN menor= Valor Actual Neto

VAN Mayor= Valor Actual Neto

CUADRO N° 91
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO Tm	VALOR ACTUAL Tm	FACTOR DE DESCUENTO TM	VALOR ACTUAL TM
0	\$ 49.344,55	72,75%		72,76%	
1	\$ 31.130,77	0,57887	\$ 18.020,67	0,57884	\$ 18.019,73
2	\$ 36.173,48	0,33509	\$ 12.121,37	0,33505	\$ 12.119,92
3	\$ 47.551,63	0,19398	\$ 9.224,07	0,19394	\$ 9.222,16
4	\$ 52.041,65	0,11229	\$ 5.843,76	0,11226	\$ 5.842,20
5	\$ 63.682,64	0,06500	\$ 4.139,37	0,06498	\$ 4.138,10
6	\$ 70.370,38	0,03763	\$ 2.648,04	0,03761	\$ 2.646,63
7	\$ 81.601,35	0,02178	\$ 1.777,28	0,02177	\$ 1.776,46
8	\$ 92.994,34	0,01261	\$ 1.172,66	0,01260	\$ 1.171,73
9	\$ 104.204,69	0,00730	\$ 760,69	0,00729	\$ 759,65
10	\$ 118.693,39	0,00422	\$ 500,89	0,00422	\$ 500,89
Σ VALOR ACTUAL Tm			\$ 49.349,24		\$ 49.342,11
INVERSIÓN			\$ 49.344,55	INVERSIÓN	\$ 49.344,55
VAN Tm			\$ 4,69	VAN TM	-\$ 2,44

Fuente: Cuadro N° 88
Elaboración: Los Autores.

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

$$TIR = 72,75 + 0,01 \left(\frac{\$ 4,69}{\$ 4,69 - (-\$ 2,44)} \right)$$

$$TIR = 72,75 + 0,01 \left(\frac{\$ 4,69}{\$ 7,13} \right) \quad TIR = 72,75 + 0,01(0,65778) \quad TIR = 72,75\%$$

Como se puede observar la TIR del proyecto es de **72,75%** lo cual es mayor que el TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) de **18,67%** por consiguiente este indicador permite demostrar que bajo un escenario económico y social estable, las perspectivas de ventas del proyecto son rentables. Es decir que la inversión muestra un alto rendimiento y por lo tanto el proyecto es aceptable.

PERIDO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

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

FÓRMULA DEL PRC

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

Los cálculos para la recuperación del capital se muestran en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 92
PERIDO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
0	\$ 49.344,55	18,67%	
1	\$ 31.130,77	0,84266	\$ 26.232,65
2	\$ 36.173,48	0,71007	\$ 25.685,70
3	\$ 47.551,63	0,59834	\$ 28.452,04
4	\$ 52.041,65	0,50420	\$ 26.239,40
5	\$ 63.682,64	0,42487	\$ 27.056,84
6	\$ 70.370,38	0,35802	\$ 25.194,00
7	\$ 81.601,35	0,30168	\$ 24.617,49
8	\$ 92.994,34	0,25422	\$ 23.641,02
9	\$ 104.204,69	0,21422	\$ 22.322,73
10	\$ 118.693,39	0,18051	\$ 21.425,34

Fuente: Cuadro N° 88-89

Elaboración: Los Autores.

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

$$P. R. C. = 2 + \left(\frac{\$ 49.344,55 - \$ 51.918,35}{\$ 25.685,70} \right)$$

$$P.R.C. = 2 + \left(\frac{-\$ 2573,80}{\$ 25.685,70} \right)$$

$$P.R.C. = 2 + (-0.10020)$$

$$P.R.C. = 2 + (-0.10020)$$

$$P.R.C. = \mathbf{1,900}$$

$$AÑOS = 1,90 - 1$$

$$AÑOS = 0,90$$

$$MESES = 0,90 \times 12$$

$$MESES = 10,80$$

Por lo tanto la inversión se recuperara en un año y diez meses, periodo que es aceptable ya que se encuentra dentro del periodo estimado de vida útil del proyecto

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación beneficio costo es un indicador que mide el número de unidades monetarias que se obtendría por la inversión realizada.

Se calcula dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto. El factor de actualización en este caso el la tasa mínima de aceptación rentable. Los criterios de decisión son los siguientes:

- Si B/C es mayor que 1, se acepta el proyecto.
- Si B/C es igual a 1, es indiferente si se ejecuta o no el proyecto.
- Si B/C es menor que 1, se rechaza el proyecto.

FÓRMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

FÓRMULA DE LA RBC

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

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

En donde:

FA= Factor de Actualización o Descuento

i= Tasa de Interés

n= Número de periodo a ser actualizado

Los cálculos de la *Relación Beneficio Costo* están representados en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 93

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DESCUENTO	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0			18,67%		
1	\$ 231.000,00	\$ 189.398,16	0,84266	\$ 194.654,46	\$ 159.598,25
2	\$ 249.480,00	\$ 199.968,02	0,71007	\$ 177.148,26	\$ 141.991,29
3	\$ 278.678,00	\$ 211.317,95	0,59834	\$ 166.744,19	\$ 126.439,98
4	\$ 297.898,00	\$ 223.609,49	0,50420	\$ 150.200,17	\$ 112.743,91
5	\$ 329.314,00	\$ 236.765,12	0,42487	\$ 139.915,64	\$ 100.594,40
6	\$ 349.272,00	\$ 246.232,54	0,35802	\$ 125.046,36	\$ 88.156,17
7	\$ 382.906,00	\$ 262.368,83	0,30168	\$ 115.515,08	\$ 79.151,43
8	\$ 418.018,00	\$ 279.609,48	0,25422	\$ 106.268,54	\$ 71.082,32
9	\$ 454.608,00	\$ 298.614,62	0,21422	\$ 97.386,13	\$ 63.969,22
10	\$ 496.650,30	\$ 318.054,00	0,18051	\$ 89.650,35	\$ 57.411,93
				\$ 1.362.529,18	\$ 1.001.138,90

Fuente: Cuadro N° 88-89

Elaboración: Los Autores.

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

$$R. B. C. = \left(\frac{\$ 1.362.529,18}{\$ 1.001.138,90} \right) - 1$$

$$R. B. C. = (1,36) - 1$$

$$R. B. C. = \mathbf{0,36 \text{ Ctvs.}}$$

Como se puede observar la relación beneficio costo es mayor que 1 (\$ 1,36 USD) indicador que sustenta la ejecución del proyecto. Por la tanto esto quiere decir que por cada dólar que se invierte en el proyecto se obtiene un beneficio de **0,36 Ctvs. de dólar** de utilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

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

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos para ello el análisis se lo efectúa tomando como referente el aumento en los costos de un **21,28%** y una disminución de los ingresos en un **12,08%**.

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

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

FÓRMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

En donde:

FA= Factor de Actualización o Descuento

i= Tasa de Interés Actual

n= Número de periodo a ser actualizado

Menor

Mayor

FÓRMULA DEL TASA INTERNA RETORNO RESULTANTE - TIRR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

En donde:

TIRR= Tasa Interna de Retorno Resultante

TIRO= Tasa Interna de Retorno Original

FÓRMULA DE LA NTIR

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

TIR= Tasa Interna de Retorno

Tm= Sumatoria de los Valores

Dt= Diferencia de tasas

VAN menor= Valor Actual Neto

VAN Mayor= Valor Actual Neto

FÓRMULA DE LA % VARIACIÓN

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

%VAR= Porcentaje de Variación.

100= Constante de Correlación.

NTIR= Nueva Tasa Interna de Retorno

FÓRMULA DE LA SENSIBILIDAD

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

En donde:

%VAR= Porcentaje de Variación.

NTIR= Nueva Tasa Interna de Retorno

CUADRO N° 94

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO EN LOS COSTOS DE UN 21,28%

AÑOS	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOTALES INCREMENTADOS	INGRESO TOTAL	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO Tm	VALOR ACTUAL Tm	FACTOR DE DESCUENTO TM	VALOR ACTUAL TM
0		21,28%			42,23%		42,24%	
1	\$ 189.398,16	\$ 229.710,42	\$ 231.000,00	\$ 1.289,58	0,70309	\$ 906,69	0,70304	\$ 906,63
2	\$ 199.968,02	\$ 242.530,02	\$ 249.480,00	\$ 6.949,98	0,49433	\$ 3.435,58	0,49426	\$ 3.435,10
3	\$ 211.317,95	\$ 256.295,71	\$ 278.678,00	\$ 22.382,29	0,34756	\$ 7.779,19	0,34748	\$ 7.777,40
4	\$ 223.609,49	\$ 271.203,43	\$ 297.898,00	\$ 26.694,57	0,24436	\$ 6.523,09	0,24429	\$ 6.521,22
5	\$ 236.765,12	\$ 287.159,16	\$ 329.314,00	\$ 42.154,84	0,17181	\$ 7.242,62	0,17175	\$ 7.240,09
6	\$ 246.232,54	\$ 298.641,65	\$ 349.272,00	\$ 50.630,35	0,12080	\$ 6.116,15	0,12075	\$ 6.113,61
7	\$ 262.368,83	\$ 318.212,46	\$ 382.906,00	\$ 64.693,54	0,08493	\$ 5.494,42	0,08489	\$ 5.491,83
8	\$ 279.609,48	\$ 339.122,68	\$ 418.018,00	\$ 78.895,32	0,05971	\$ 4.710,84	0,05968	\$ 4.708,47
9	\$ 298.614,62	\$ 362.172,94	\$ 454.608,00	\$ 92.435,06	0,04198	\$ 3.880,42	0,04196	\$ 3.878,58
10	\$ 318.054,00	\$ 385.749,89	\$ 496.650,30	\$ 110.900,41	0,02952	\$ 3.273,78	0,02950	\$ 3.271,56
Σ VALOR ACTUAL Tm						\$ 49.362,78	ΣVATM	\$ 49.344,49
INVERSIÓN						\$ 49.344,55	INVERSIÓN	\$ 49.344,55
VAN Tm						\$ 18,23	VAN TM	-\$ 0,06

Fuente: Cuadro N° 88

Elaboración: Los Autores.

DESARROLLO MATEMATICO:

1. NUEVA TIR

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

$$NTIR = 42,23 + 0,01 \left(\frac{\$ 18,23}{\$ 18,23 - (-\$ 0,06)} \right)$$

$$NTIR = 42,54 + 0,01 \left(\frac{\$ 18,23}{\$ 18,29} \right)$$

$$NTIR = 42,54 + 0,01(0,99671) \quad NTIR = \mathbf{42,24}$$

2. TASA INTERNO DE RETORNO RESULTANTE

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

$$TIRR = 72,75 - 42,24$$

$$TIRR = \mathbf{30,52}$$

3. % VARIACIÓN

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

$$\%VAR = \left(\frac{41,95}{72,76} \right) \times 100$$

$$\%VAR = (0,4195) \times 100$$

$$\%VAR = \mathbf{41,95\%}$$

4. SENSIBILIDAD

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

$$SENSIBILIDAD = \left(\frac{41,95}{42,24} \right)$$

$$SENSIBILIDAD = \mathbf{0,9931}$$

Como se puede observar la sensibilidad es menor a 1, esto quiere decir que el proyecto puede soportar hasta un 21,28% en el incremento de costos, durante la vida útil de la empresa.

CUADRO N° 95

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS EN UN 12,08%

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	DISMINUCIÓN INGRESOS TOTALES	COSTO TOTAL	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO Tm	VALOR ACTUAL Tm	FACTOR DE DESCUENTO TM	VALOR ACTUAL TM
0		12,08%			42,23%		42,24%	
1	\$ 231.000,00	\$ 203.095,20	\$ 189.398,16	\$ 13.697,04	0,70309	\$ 9.630,25	0,70304	\$ 9.629,57
2	\$ 249.480,00	\$ 219.342,82	\$ 199.968,02	\$ 19.374,80	0,49433	\$ 9.577,54	0,49426	\$ 9.576,19
3	\$ 278.678,00	\$ 245.013,70	\$ 211.317,95	\$ 33.695,75	0,34756	\$ 11.711,29	0,34748	\$ 11.708,60
4	\$ 297.898,00	\$ 261.911,92	\$ 223.609,49	\$ 38.302,43	0,24436	\$ 9.359,58	0,24429	\$ 9.356,90
5	\$ 329.314,00	\$ 289.532,87	\$ 236.765,12	\$ 52.767,75	0,17181	\$ 9.066,03	0,17175	\$ 9.062,86
6	\$ 349.272,00	\$ 307.079,94	\$ 246.232,54	\$ 60.847,40	0,12080	\$ 7.350,37	0,12075	\$ 7.347,32
7	\$ 382.906,00	\$ 336.650,96	\$ 262.368,83	\$ 74.282,13	0,08493	\$ 6.308,78	0,08489	\$ 6.305,81
8	\$ 418.018,00	\$ 367.521,43	\$ 279.609,48	\$ 87.911,95	0,05971	\$ 5.249,22	0,05968	\$ 5.246,59
9	\$ 454.608,00	\$ 399.691,35	\$ 298.614,62	\$ 101.076,73	0,04198	\$ 4.243,20	0,04196	\$ 4.241,18
10	\$ 496.650,30	\$ 436.654,95	\$ 318.054,00	\$ 118.600,95	0,02952	\$ 3.501,10	0,02950	\$ 3.498,73
Σ VALOR ACTUAL Tm						\$ 49.344,69		\$ 49.334,12
INVERSIÓN						\$ 49.344,55	INVERSIÓN	\$ 49.344,55
VAN Tm						\$ 0,14	VAN TM	-\$ 10,43

Fuente: Cuadro N° 88

Elaboración: Los Autores.

DESARROLLO MATEMATICO:

1. NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VANTasamenor}{VANTasamenor - VANTasaMayor} \right)$$

$$NTIR = 42,23 + 0,01 \left(\frac{\$ 0,14}{\$ 0,14 - (-\$ 10,43)} \right)$$

$$NTIR = 42,23 + 0,01 \left(\frac{\$ 0,14}{\$ 10,57} \right)$$

$$NTIR = 42,23 + 0,01(0,5221) \quad NTIR = 42,23\%$$

2. TASA INTERNO DE RETORNO RESULTANTE

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$TIRR = 72,76 - 42,23$$

$$TIRR = 30,53$$

3. % VARIACIÓN

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

$$\%VAR = \left(\frac{30,53}{72,76} \right) \times 100$$

$$\%VAR = (0,4196) \times 100$$

$$\%VAR = \mathbf{41,96\%}$$

4. SENSIBILIDAD

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

$$SENSIBILIDAD = \left(\frac{41,96}{42,23} \right)$$

$$SENSIBILIDAD = \mathbf{0,9936}$$

Como se puede observar la sensibilidad es menor a 1, esto quiere decir que el proyecto puede soportar hasta un 12,08% en la disminución de ingresos, durante la vida útil de la empresa.

h. CONCLUSIONES

Con base a la información recolectada a través de los distintos estudios realizados como grupo de investigación hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al estudio de mercado aplicado se concluye que un 87,37% de la población masculina de 15-35 años de la ciudad de Loja, están dispuestos a adquirir el producto de la empresa Innovatex, ya que los demandantes buscan un producto de calidad con un precio accesible en el mercado.
- La población masculina comprendida entre las edades de 15 a 35 años de edad de la ciudad de Loja cuentan con unos ingresos promedio de \$ 414,45 dólares mensuales, lo cual permite tener el poder adquisitivo. Pero por diversas razones de acuerdo a los datos obtenidos los demandantes tienden a adquirir 7 camisas en el año.
- En lo que respecta al balance de oferta-demanda para el primer año hay una demanda de 57.934 unidades frente a una oferta de 28.152 unidades. Demostrando que hay un superávit en la Demanda, y por ende un mercado atractivo para el proyecto.
- La empresa Innovatex contara con un canal de comercialización es decir la intervención de intermediarios para hacer llegar el producto a los distintos locales o almacenes de ropa. Para ello también se utilizara de los medios de comunicación entre ellos Diario LA HORA, Radio Sociedad, y las redes sociales entre las más conocidas Facebook, Twitter y Google+ para hacer publicidad de la nueva empresa y del producto.
- Se estima una capacidad instalada; considerando las diversas etapas del proceso productivo, una producción de 38.325 unidades, capacidad que es considerada el 100% para los 10 años de vida útil del proyecto.

- Se conformara una empresa de responsabilidad limitada “Innovatex Cía. Ltda.” De acuerdo a los requerimientos de la superintendencia de compañías, la misma que tendrá tres socios con un aporte individual de dos socios de \$ 10.000,00 y el tercer socio con un aporte de \$ 5.000,00 lo que da un total de \$ 25.000,00 de capital social. Contará con una estructura organizativa, es decir que existirá los diferentes niveles jerárquicos, además contara con los organigramas estructural, funcional y posicional y a más de ello se contara con el manual de funciones para cada puesto existente de la empresa.
- El monto total de la inversión necesaria es de \$ 49.344,55 dólares, monto que será financiado mediante crédito por el BNF con el 50,66% equivalente a \$ 25.000,00 dólares, para un plazo de 5 años con pagos trimestrales al 16% (crédito productivo) de interés anual con el objeto de financiar activos fijos y rubros pre operativos.
- El precio de venta al público del producto con respecto a la competencia está en rangos aceptables, con un margen de utilidad inicial del 23% y aumentando progresivamente para el resto de tiempo de vida del proyecto.
- De acuerdo al estado de pérdidas y ganancias para el primer año luego de asumir obligaciones tributarias y con los empleados/trabajadores se obtendrá una utilidad neta de \$ 23.869,05 dólares y para el décimo año es de \$ 102.469,63 dólares valor positivo y aceptable en el proyecto.
- Finalmente los flujos de caja obtenidos para los diez años de vida útil del proyecto son excelentes tal es el caso del primer año con \$ 31.130,77 para el quinto año es de \$ 63.682,64 y para el décimo año de \$ 118.693,39. Valores atractivos que dan valor patrimonial a la empresa o bien sirven para realizar inversiones

- De acuerdo a los diferentes indicadores aplicados de la evaluación financiera como es el VAN, la TIR, PRC, RBC Y AS el proyecto es rentable y está listo para llevar a cabo su realización.

Í. RECOMENDACIONES

- Es recomendable tomar siempre en cuenta los gustos y tendencias de compra del cliente, para con ello poder realizar constantes estudios de mercado, que favorezcan al proyecto.
- Localizar excelentes proveedores dentro del mercado que ofrezcan buena calidad y precios favorables de materia prima e insumos, con el fin de obtener menores costos de producción y precios de venta.
- Utilizar y dar cumplimiento a las normas de calidad expresadas en el estudio técnico a efectos de lograr incrementar día a día la satisfacción del mercado local.
- Tener en cuenta las especificaciones financieras respecto a precios vs costos, es decir, se deberá realizar un monitoreo constante teniendo en cuenta las variaciones del mercado en cuanto a índices de precios de la competencia como a los indicadores financieros de inflación, devaluación y precios del mercado.
- Mantener siempre presente que este proyecto será una buena inversión, ya que la implementación de este, contribuirá a obtener un mejor rendimiento empresarial a nivel local.
- En la actualidad es de vital importancia poseer una buena imagen corporativa, pues de esta manera sus ventas se incrementaran progresivamente conforme se haga conocer en el mercado

j. BIBLIOGRAFIA

LIBROS

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

INTERNET

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Camisa>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentaciondelmercado.htm>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88

k. ANEXOS



Anexo N° 1

Fuente: INEC (Censo poblacional 2010)

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

SUCRE

ZONAS: 5,6,7,8,9,14,15,16,17,18,19,20,21,22,26,27,28,29,30

ZONA	SECTOR	HOMBRES 2010	HOMBRES 15 -35 2010 (43,81%)	HOMBRES 15 -35 2013	PARTICIPACIÓN	MUESTRA
5	1	218	96	103	0,27	1
	2	337	148	160	0,41	1
	3	343	150	163	0,42	2
	4	167	73	79	0,20	1
	5	195	85	92	0,24	1
	6	218	96	103	0,27	1
	7	325	142	154	0,40	1
	8	219	96	104	0,27	1
	9	170	74	81	0,21	1
	TOTAL	2.192	960	1.039	2,68	10
6	1	277	121	131	0,34	1
	2	182	80	86	0,22	1
	3	219	96	104	0,27	1
	4	195	85	92	0,24	1
	5	176	77	83	0,21	1
	6	427	187	202	0,52	2
	7	225	99	107	0,28	1
	TOTAL	1.701	745	806	2,08	8
7	1	186	81	88	0,23	1
	2	176	77	83	0,21	1
	3	164	72	78	0,20	1
	4	267	117	127	0,33	1
	5	280	123	133	0,34	1
	6	317	139	150	0,39	1
	7	327	143	155	0,40	1
	8	217	95	103	0,27	1
	TOTAL	1.934	847	917	2,36	8
8	1	183	80	87	0,22	1
	2	438	192	208	0,54	2
	3	269	118	127	0,33	1
	4	135	59	64	0,17	1
	5	242	106	115	0,30	1
	6	295	129	140	0,36	1
	7	220	96	104	0,27	1
	8	248	109	118	0,30	1
	TOTAL	2.030	889	962	2,48	9

SUCRE	9	1	305	134	145	0,37	1
		2	255	112	121	0,31	1
		3	190	83	90	0,23	1
		4	159	70	75	0,19	1
		5	199	87	94	0,24	1
		6	207	91	98	0,25	1
		7	219	96	104	0,27	1
		8	199	87	94	0,24	1
		TOTAL	1.733	759	821	2,12	8
	14	1	228	100	108	0,28	1
		2	260	114	123	0,32	1
		3	241	106	114	0,29	1
		4	205	90	97	0,25	1
		5	298	131	141	0,36	1
		6	202	88	96	0,25	1
		7	172	75	82	0,21	1
		TOTAL	1.606	704	761	1,96	7
		15	1	147	64	70	0,18
	2		186	81	88	0,23	1
	3		258	113	122	0,32	1
	4		155	68	73	0,19	1
	5		185	81	88	0,23	1
	6		295	129	140	0,36	1
	7		160	70	76	0,20	1
	8		222	97	105	0,27	1
	TOTAL		1.608	704	762	1,97	8
	16	1	192	84	91	0,24	1
		2	194	85	92	0,24	1
		3	202	89	96	0,25	1
		4	214	94	101	0,26	1
		5	166	73	79	0,20	1
		6	160	70	76	0,20	1
		7	164	72	78	0,20	1
		8	162	71	77	0,20	1
		9	271	119	128	0,33	1
		TOTAL	1.725	756	817	2,11	9
	17	1	268	117	127	0,33	1
		2	270	118	128	0,33	1
		3	127	56	60	0,16	1
		4	294	129	139	0,36	1
5		214	94	101	0,26	1	
6		237	104	112	0,29	1	
7		324	142	154	0,40	2	
8		229	100	109	0,28	1	
TOTAL		1.963	860	930	2,40	9	
18	1	202	89	96	0,25	1	
	2	138	60	65	0,17	1	
	3	194	85	92	0,24	1	
	4	198	87	94	0,24	1	
	5	169	74	80	0,21	1	
	6	181	79	85	0,22	1	
	7	168	74	80	0,21	1	
	8	313	137	148	0,38	1	
	TOTAL	1.563	685	741	1,91	8	

SUCRE	19	1	236	103	111	0,29	1
		2	280	123	133	0,34	1
		3	240	105	114	0,29	1
		4	383	168	182	0,47	2
		5	215	94	102	0,26	1
		6	291	128	138	0,36	1
		7	279	122	132	0,34	1
		TOTAL	1.924	843	912	2,35	8
	20	1	238	104	113	0,29	1
		2	206	90	98	0,25	1
		3	317	139	150	0,39	1
		4	298	131	141	0,36	1
		5	204	89	97	0,25	1
		6	229	100	109	0,28	1
		7	356	156	169	0,44	2
		8	195	85	92	0,24	1
		9	153	67	73	0,19	1
		10	172	75	82	0,21	1
		TOTAL	2.368	1038	1.122	2,89	11
	21	1	199	87	94	0,24	1
		2	199	87	94	0,24	1
		3	217	95	103	0,27	1
		4	258	113	122	0,32	1
		5	162	71	77	0,20	1
		6	223	98	106	0,27	1
		7	109	48	52	0,13	0
		8	113	50	54	0,14	0
		TOTAL	1.480	648	701	1,81	6
	22	1	184	81	87	0,22	1
		2	144	63	68	0,18	1
		3	271	119	128	0,33	1
		4	171	75	81	0,21	1
		5	134	59	64	0,17	1
		6	166	73	79	0,20	1
		7	153	67	73	0,19	1
		8	169	74	80	0,21	1
		TOTAL	1.392	610	660	1,70	8
	26	1	204	89	97	0,25	1
		2	130	57	62	0,16	1
		3	129	57	61	0,16	1
		4	56	25	27	0,07	0
		5	119	52	56	0,14	0
6		63	28	30	0,08	0	
7		187	82	89	0,23	1	
TOTAL		888	389	421	1,09	4	
27	1	217	95	103	0,27	1	
	2	214	94	101	0,26	1	
	3	187	82	89	0,23	1	
	4	203	89	96	0,25	1	
	5	258	113	122	0,32	1	
	6	172	75	82	0,21	1	
	7	179	78	85	0,22	1	
	TOTAL	1.430	627	678	1,75	7	

SUCRE	28	1	189	83	90	0,23	1
		2	144	63	68	0,18	1
		3	245	107	116	0,30	1
		4	250	110	118	0,30	1
		5	319	140	151	0,39	1
		6	156	68	74	0,19	1
		7	167	73	79	0,20	1
		8	249	109	118	0,30	1
		TOTAL	1.719	753	815	2,10	8
	29	1	174	76	82	0,21	1
		2	351	154	166	0,43	2
		3	250	110	118	0,30	1
		4	118	52	56	0,14	0
		5	192	84	91	0,24	1
		6	249	109	118	0,30	1
		7	393	172	186	0,48	2
		TOTAL	1.727	757	818	2,11	8
	30	1	190	83	90	0,23	1
		2	209	92	99	0,26	1
		3	183	80	87	0,22	1
		4	219	96	104	0,27	1
		5	192	84	91	0,24	1
		6	151	66	72	0,19	1
		7	164	72	78	0,20	1
		8	231	101	109	0,28	1
		9	299	131	142	0,37	1
		10	249	109	118	0,30	1
		TOTAL	2.087	914	989	2,55	10
	TOTAL PARROQUIA SUCRE		33.070	14489	15.672	40,40	154

EL SAGRARIO

ZONAS: 23,24,25

EL SAGRARIO	ZONA	SECTOR	HOMBRES 2010	HOMBRES 15 -35 2010 (43,18%)	HOMBRES 15-35 2013	PARTICIPACIÓN	MUESTRA	
	23	1		197	84	91	0,23	1
		2		150	64	69	0,18	1
		3		199	84	91	0,23	1
		4		158	67	72	0,19	1
		5		175	74	80	0,21	1
		6		170	72	78	0,20	1
		7		212	90	97	0,25	1
		8		206	87	94	0,24	1
		9		209	89	96	0,25	1
10			108	46	50	0,13	0	
	TOTAL		1.784	757	818	2,11	9	
24	1		234	99	107	0,28	1	
	2		211	89	96	0,25	1	
	3		265	112	121	0,31	1	
	4		210	89	96	0,25	1	
	5		243	103	111	0,29	1	
	6		239	101	109	0,28	1	
	7		404	171	185	0,48	2	
	8		227	96	104	0,27	1	
	9		239	101	109	0,28	1	
	10		341	145	156	0,40	2	
	11		311	132	143	0,37	1	
	12		299	127	137	0,35	1	
		TOTAL		3.223	1.365	1.474	3,80	14
25	1		136	58	63	0,16	0	
	2		164	70	76	0,20	1	
	3		196	83	90	0,23	1	
	4		170	72	78	0,20	1	
	5		262	111	120	0,31	1	
	6		285	121	131	0,34	1	
	7		160	68	74	0,19	1	
	8		103	44	48	0,12	0	
	9		148	63	68	0,18	1	
	10		94	40	43	0,11	0	
	11		103	44	48	0,12	0	
	12		166	70	76	0,20	1	
		TOTAL		1.987	844	915	2,36	8
TOTAL EL SAGRARIO			6.994	2.965	3.207	8,27	31	

EL VALLE

ZONAS: 1,2,3,4,10,11,12,13,14

EL VALLE	ZONA	SECTOR	HOMBRES 2010	HOMBRES 15 -35 2010 (43,18%)	HOMBRES 15 -35 2013	PARTICIPACIÓN	MUESTRA	
	1	1		179	77,29	84	0,22	1
		2		210	90,68	98	0,25	1
		3		244	105,36	114	0,29	1
		4		137	59,16	64	0,17	1
		5		246	106,22	115	0,30	1
		6		80	34,54	37	0,10	0
		7		188	81,18	88	0,23	1
		8		167	72,11	78	0,20	1
		TOTAL		1.451	627	678	1,75	7
2	1		199	86	93	0,24	1	
	2		220	95	103	0,26	1	
	3		143	62	67	0,17	1	
	4		228	98	106	0,27	1	
	5		244	105	114	0,29	1	
	6		187	81	87	0,23	1	
	7		189	82	88	0,23	1	
	8		215	93	100	0,26	1	
	TOTAL		1.625	702	759	1,96	8	
3	1		295	127	138	0,36	1	
	2		299	129	140	0,36	1	
	3		221	95	103	0,27	1	
	4		316	136	148	0,38	1	
	5		321	139	150	0,39	1	
	6		343	148	160	0,41	2	
	7		159	69	75	0,19	1	
	8		99	43	47	0,12	0	
	TOTAL		2.053	887	959	2,47	8	
4	1		145	63	68	0,17	1	
	2		255	110	119	0,31	1	
	3		253	109	118	0,30	1	
	4		169	73	79	0,20	1	
	5		251	108	117	0,30	1	
	6		146	63	68	0,18	1	
	7		219	95	102	0,26	1	
	8		183	79	85	0,22	1	
	9		286	123	134	0,34	1	
	TOTAL		1.907	823	891	2,30	9	

EL VALLE	10	1	181	78	85	0,22	1
		2	145	63	68	0,17	1
		3	170	73	79	0,20	1
		4	175	76	82	0,21	1
		5	165	71	77	0,20	1
		6	227	98	106	0,27	1
		7	163	70	76	0,20	1
		8	144	62	67	0,17	1
		9	182	79	85	0,22	1
		10	190	82	89	0,23	1
		TOTAL	1.742	752	814	2,10	10
	11	1	120	52	56	0,14	1
		2	75	32	35	0,09	0
		3	130	56	61	0,16	1
		4	219	95	102	0,26	1
		5	131	57	61	0,16	1
		6	72	31	34	0,09	0
		7	236	102	110	0,28	1
		8	201	87	94	0,24	1
		9	177	76	83	0,21	1
		TOTAL	1.361	588	636	1,63	7
		12	1	279	120	130	0,34
	2		278	120	130	0,33	1
	3		171	74	80	0,21	1
	4		320	138	149	0,39	1
	5		181	78	85	0,22	1
	6		183	79	85	0,22	1
	7		193	83	90	0,23	1
	8		290	125	135	0,35	1
	9		313	135	146	0,38	1
	TOTAL		2.208	953	1031	2,67	9
	13		1	151	65	70	0,18
		2	259	112	121	0,31	1
		3	201	87	94	0,24	1
		4	360	155	168	0,43	1
		5	289	125	135	0,35	1
		6	212	92	100	0,26	1
		7	179	77	83	0,21	1
		8	156	67	72	0,19	1
		9	263	114	123	0,32	1
		10	229	99	107	0,28	1
		11	126	54	58	0,15	0
		TOTAL	2.425	1047	1132	2,92	10
TOTAL PARROQUIA EL VALLE		14.772	6.379	6.900	17,79	68	

SAN SEBASTIAN

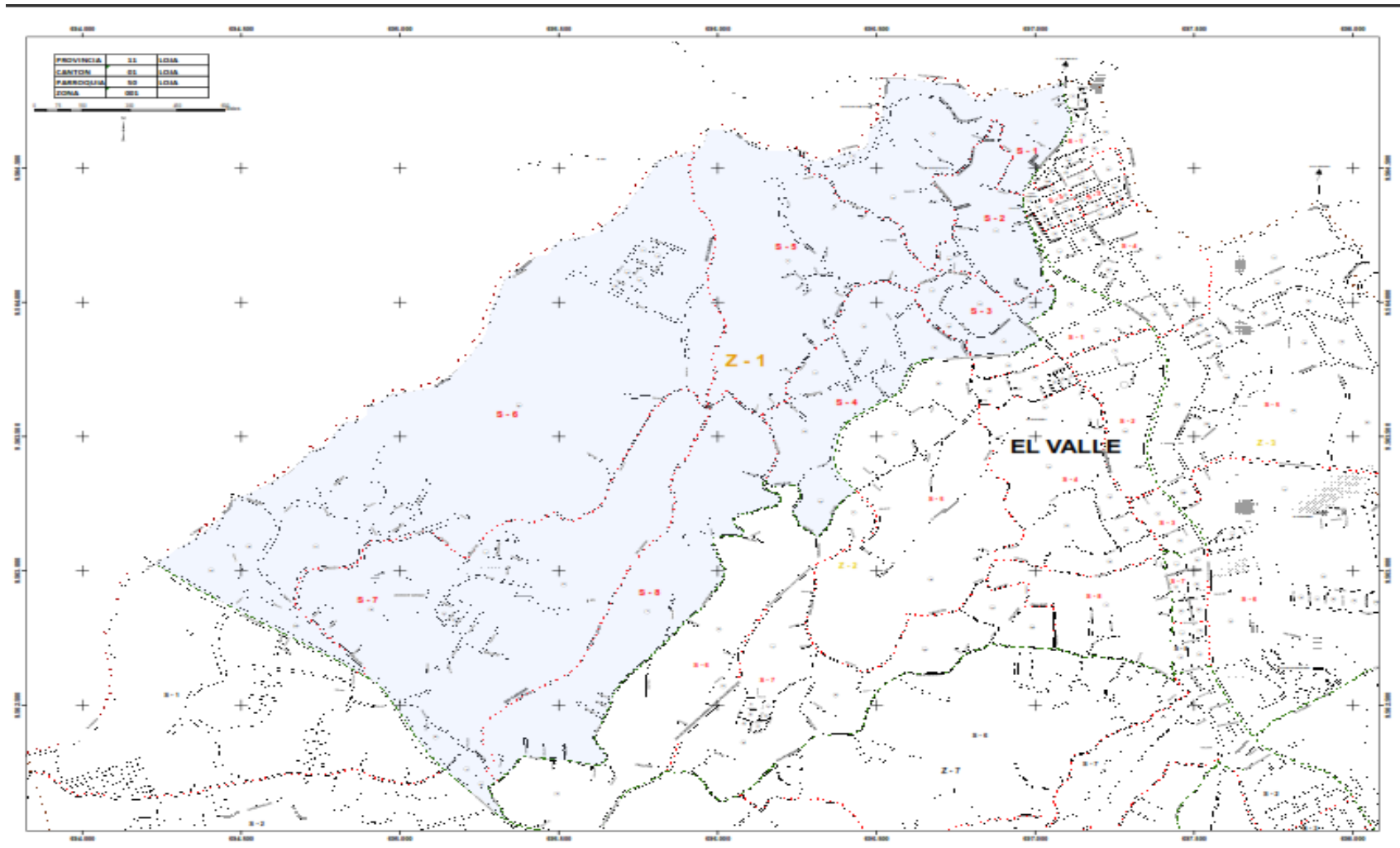
ZONAS: 31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43

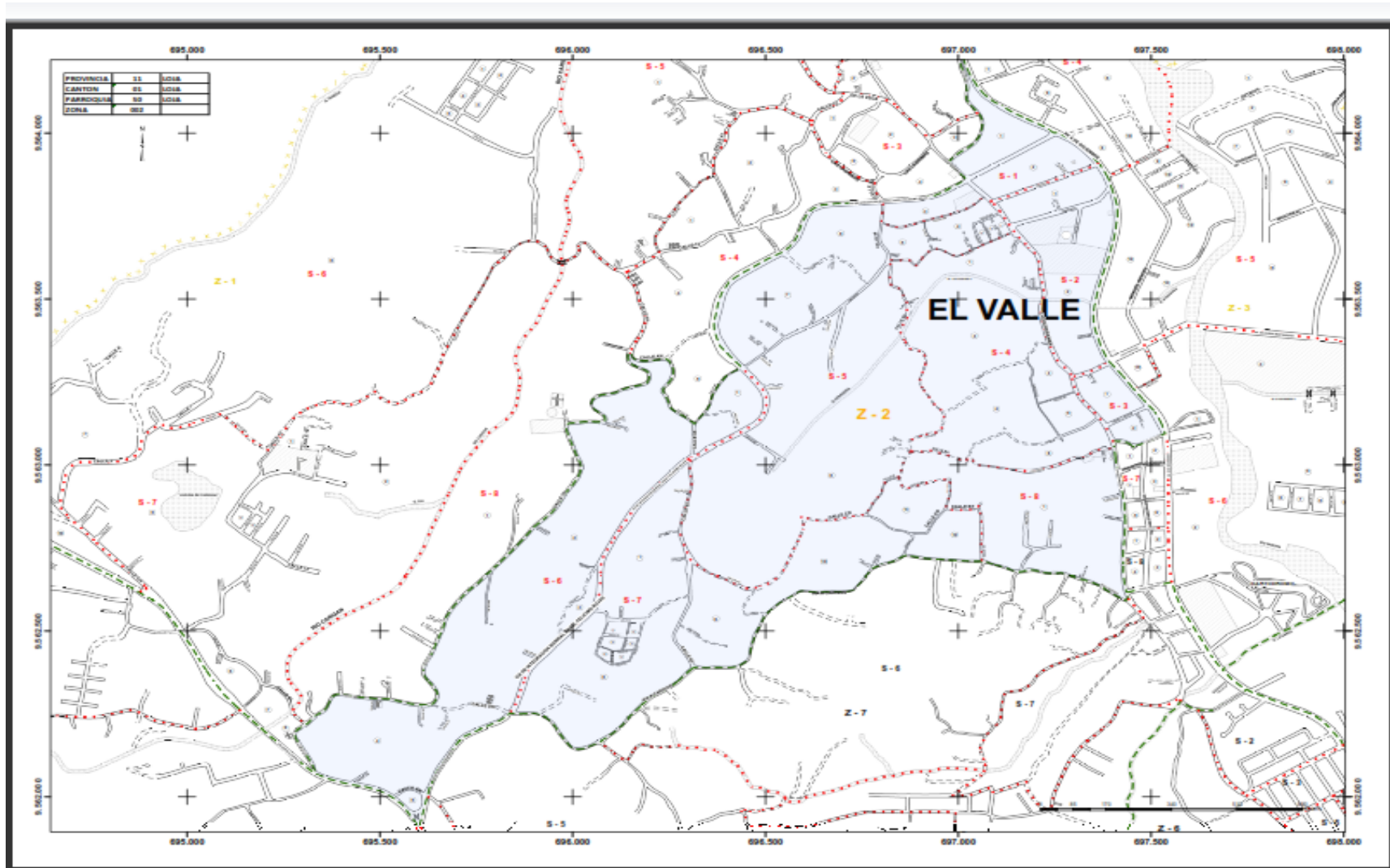
SAN SEBASTIAN	ZONA	SECTOR	HOMBRES 2010	HOMBRES 15 -35 2010 (45,15%)	HOMBRES 15 -35 2013	PARTICIPACIÓN	MUESTRA
	31	1	155	70	76	0,20	1
		2	212	96	104	0,27	1
		3	250	113	122	0,31	1
		4	276	125	135	0,35	1
		5	1.046	472	511	1,32	5
		6	226	102	110	0,28	1
		7	137	62	67	0,17	1
		8	149	67	73	0,19	1
		9	181	82	88	0,23	1
10		128	58	63	0,16	1	
	TOTAL	2.760	1.246	1.348	3,47	14	
32	1	227	102	111	0,29	1	
	2	168	76	82	0,21	1	
	3	188	85	92	0,24	1	
	4	285	129	139	0,36	1	
	5	216	98	105	0,27	1	
	6	281	127	137	0,35	1	
	7	358	162	175	0,45	2	
	8	186	84	91	0,23	1	
	9	171	77	84	0,22	1	
	10	238	107	116	0,30	1	
	11	221	100	108	0,28	1	
	12	316	143	154	0,40	2	
		TOTAL	2.855	1.289	1.394	3,59	14
33	1	216	98	105	0,27	1	
	2	89	40	43	0,11	0	
	3	227	102	111	0,29	1	
	4	235	106	115	0,30	1	
	5	203	92	99	0,26	1	
	6	156	70	76	0,20	1	
	7	228	103	111	0,29	1	
		TOTAL	1.354	611	661	1,70	6
34	1	196	88	96	0,25	1	
	2	169	76	83	0,21	1	
	3	238	107	116	0,30	1	
	4	191	86	93	0,24	1	
	5	283	128	138	0,36	1	
	6	147	66	72	0,19	1	
	7	201	91	98	0,25	1	
		TOTAL	1.425	643	696	1,79	7

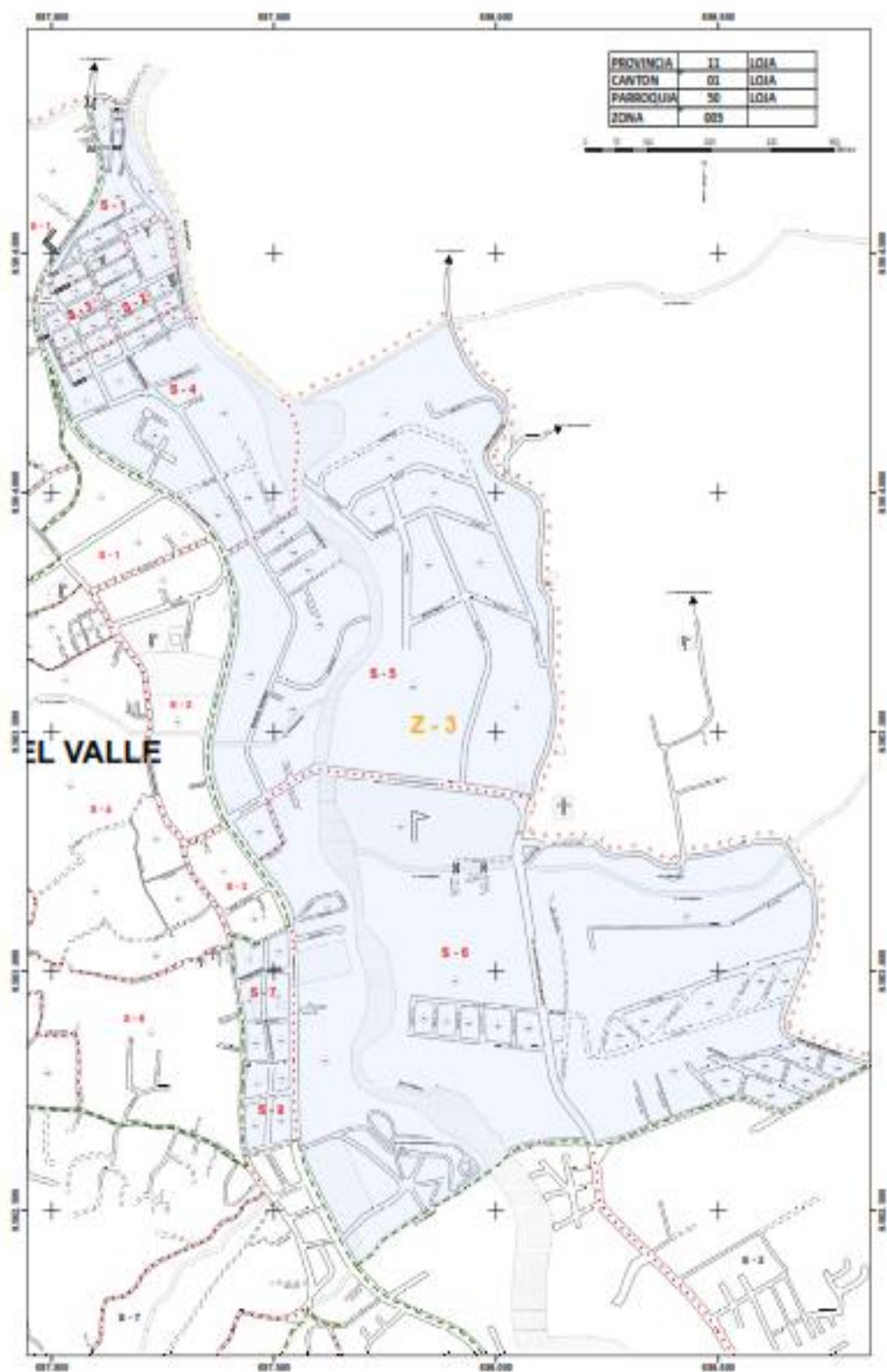
SAN SEBASTIAN	35	1	309	140	151	0,39	1
		2	158	71	77	0,20	1
		3	198	89	97	0,25	1
		4	221	100	108	0,28	1
		5	187	84	91	0,24	1
		6	159	72	78	0,20	1
		7	180	81	88	0,23	1
		8	278	126	136	0,35	1
		9	204	92	100	0,26	1
		10	322	145	157	0,41	2
		TOTAL	2.216	1.001	1.082	2,79	11
	36	1	268	121	131	0,34	1
		2	215	97	105	0,27	1
		3	258	116	126	0,32	1
		4	196	88	96	0,25	1
		5	177	80	86	0,22	1
		6	154	70	75	0,19	1
		7	211	95	103	0,27	1
		8	200	90	98	0,25	1
		9	210	95	103	0,26	1
		TOTAL	1.889	853	922	2,38	9
	37	1	259	117	126	0,33	1
		2	313	141	153	0,39	1
		3	408	184	199	0,51	2
		4	229	103	112	0,29	1
		5	251	113	123	0,32	1
		6	172	78	84	0,22	1
		7	149	67	73	0,19	1
		8	187	84	91	0,24	1
		9	146	66	71	0,18	1
		10	230	104	112	0,29	1
		TOTAL	2.344	1.058	1.145	2,95	11
	38	1	147	66	72	0,19	1
		2	187	84	91	0,24	1
		3	178	80	87	0,22	1
		4	239	108	117	0,30	1
		5	232	105	113	0,29	1
		6	147	66	72	0,19	1
		7	187	84	91	0,24	1
		8	130	59	63	0,16	1
		9	244	110	119	0,31	1
		10	177	80	86	0,22	1
		TOTAL	1.868	843	912	2,35	10
39	1	344	155	168	0,43	2	
	2	196	88	96	0,25	1	
	3	245	111	120	0,31	1	
	4	259	117	126	0,33	1	
	5	206	93	101	0,26	1	
	6	92	42	45	0,12	0	
	7	170	77	83	0,21	1	
	8	290	131	142	0,37	1	
	9	228	103	111	0,29	1	
	10	217	98	106	0,27	1	
	TOTAL	2.247	1.015	1.097	2,83	10	

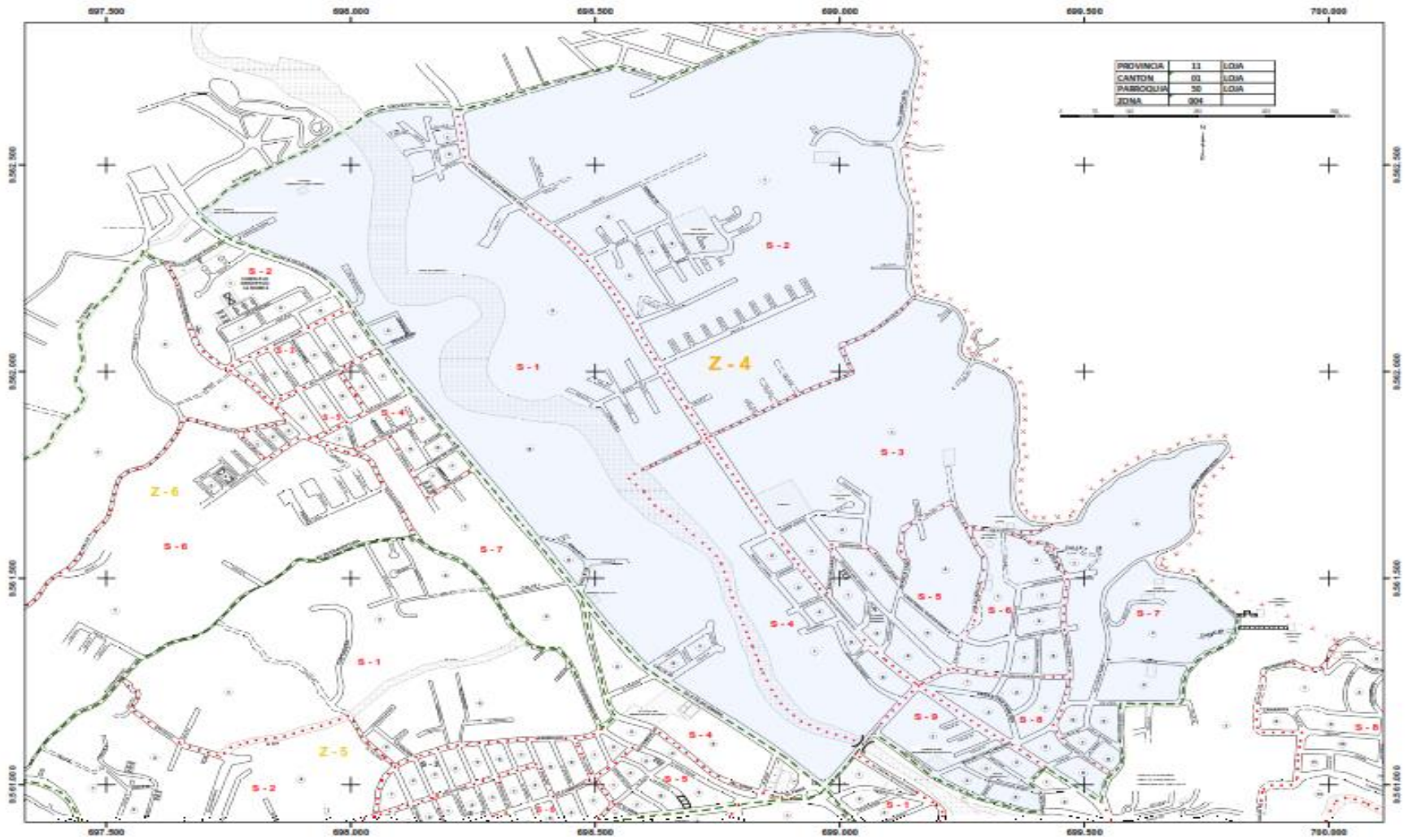
SAN SEBASTIAN	40	1	236	107	115	0,30	1
		2	276	125	135	0,35	1
		3	165	74	81	0,21	1
		4	172	78	84	0,22	1
		5	274	124	134	0,34	1
		6	186	84	91	0,23	1
		7	312	141	152	0,39	1
		TOTAL	1.621	732	792	2,04	7
	41	1	173	78	84	0,22	1
		2	297	134	145	0,37	1
		3	236	107	115	0,30	1
		4	316	143	154	0,40	2
		5	295	133	144	0,37	1
		6	202	91	99	0,25	1
		7	265	120	129	0,33	1
		8	365	165	178	0,46	2
	TOTAL	2.149	970	1.049	2,71	10	
	42	1	276	125	135	0,35	1
		2	259	117	126	0,33	1
		3	212	96	104	0,27	1
		4	161	73	79	0,20	1
		5	250	113	122	0,31	1
		6	160	72	78	0,20	1
		7	198	89	97	0,25	1
		8	406	183	198	0,51	2
	TOTAL	1.922	868	939	2,42	9	
	43	1	284	128	139	0,36	1
		2	194	88	95	0,24	1
		3	302	136	147	0,38	1
		4	242	109	118	0,30	1
		5	164	74	80	0,21	1
		6	179	81	87	0,23	1
		7	184	83	90	0,23	1
		8	175	79	85	0,22	1
		9	100	45	49	0,13	0
		10	165	74	81	0,21	1
		TOTAL	1.989	898	971	2,50	9
	TOTAL PARROQUIA SAN SEBASTIAN		26.639	12.027	13.009	33,54	127
	TOTAL HOMBRES CIUDAD DE LOJA 15-35 AÑOS DE EDAD		81.475	35.860	38.788	100	380

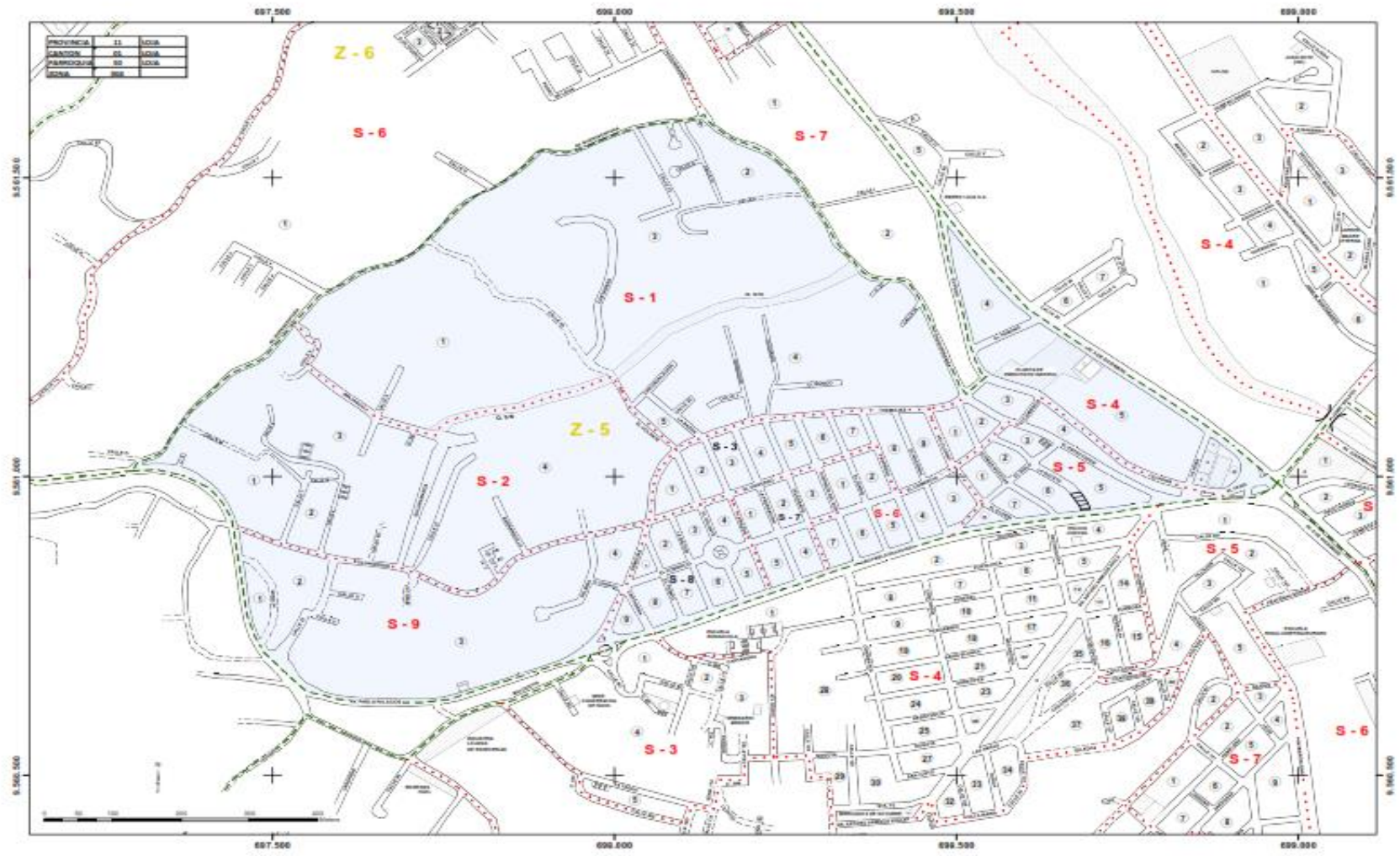
Fuente: INEC (Censo poblacional 2010)

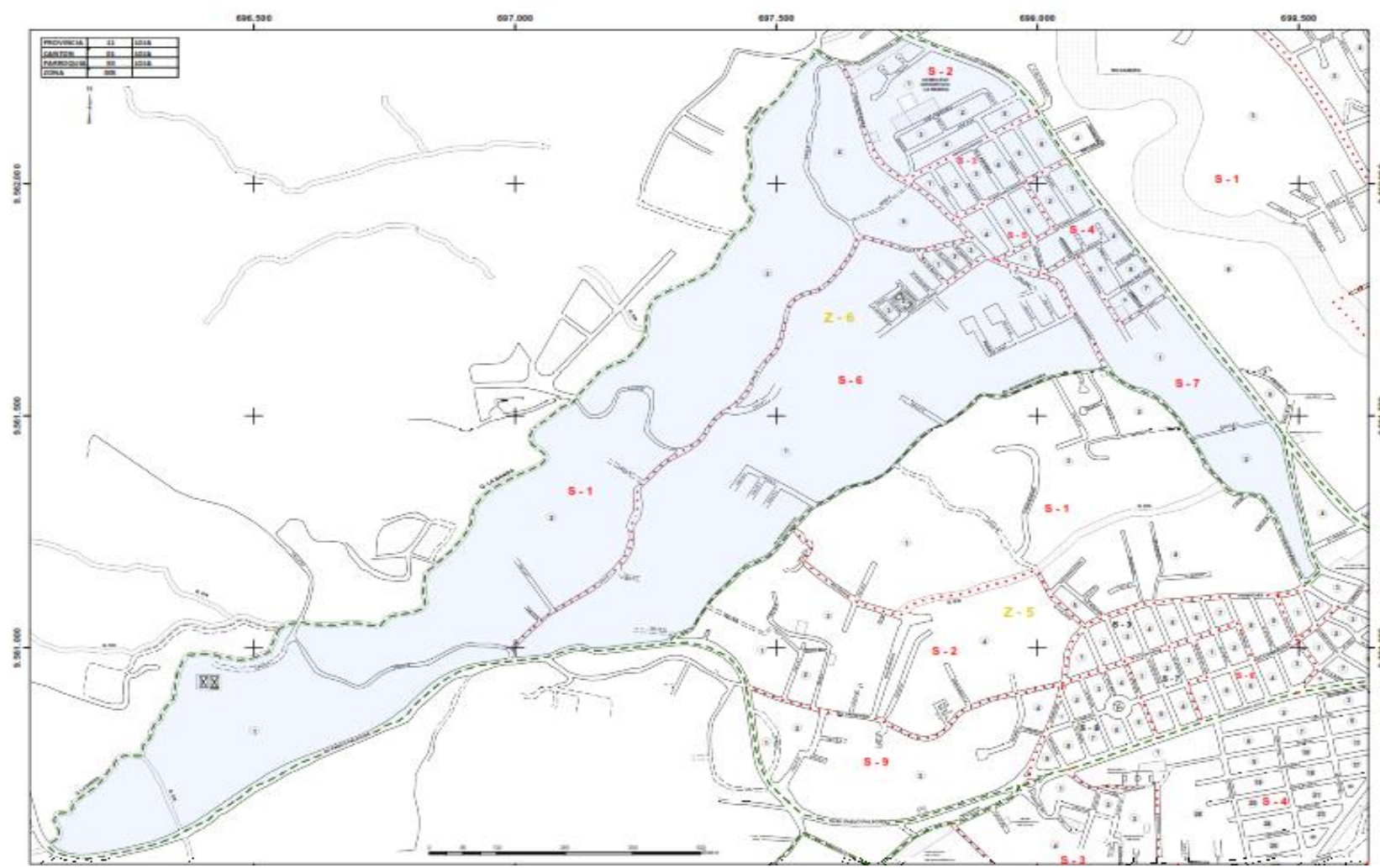


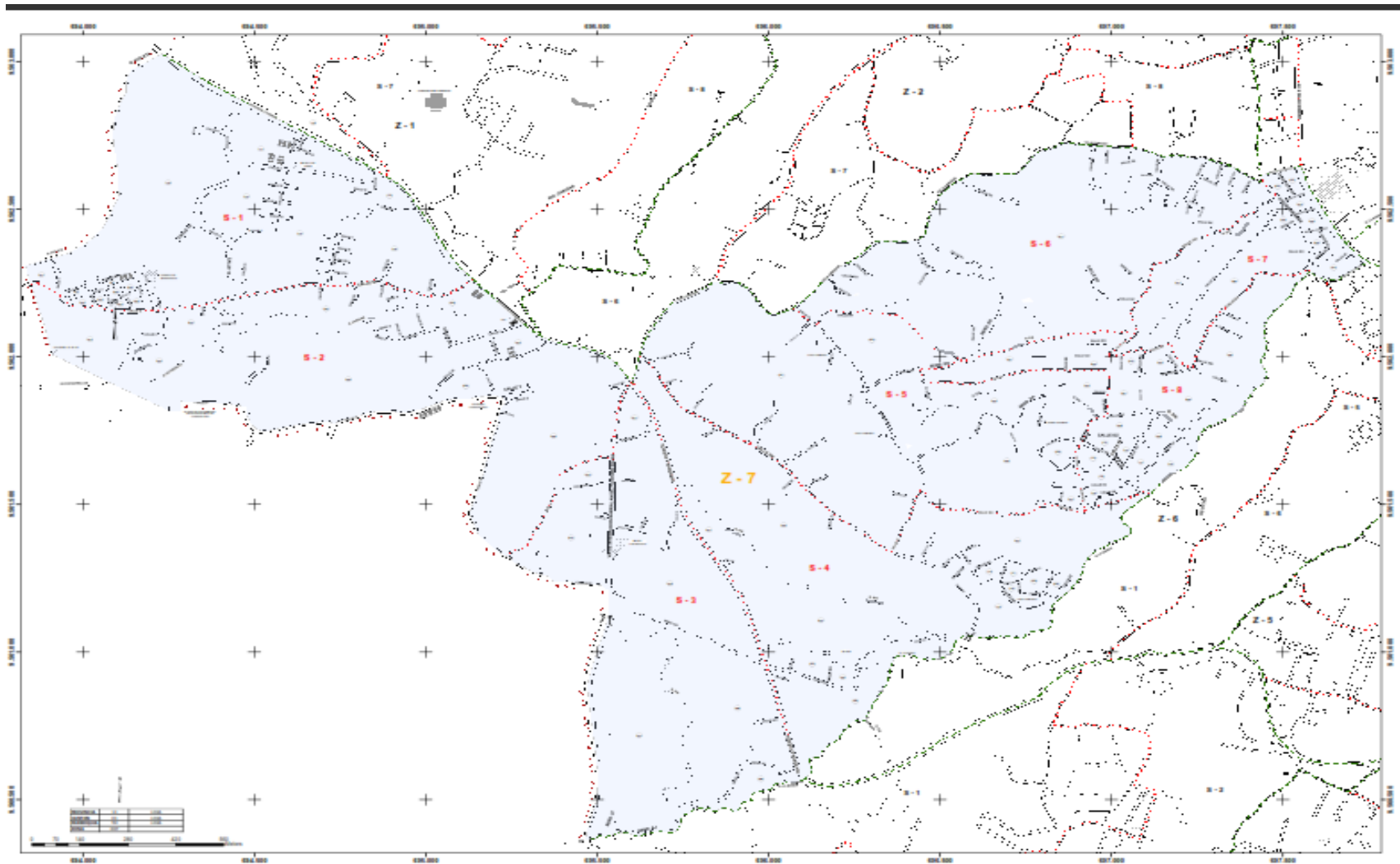


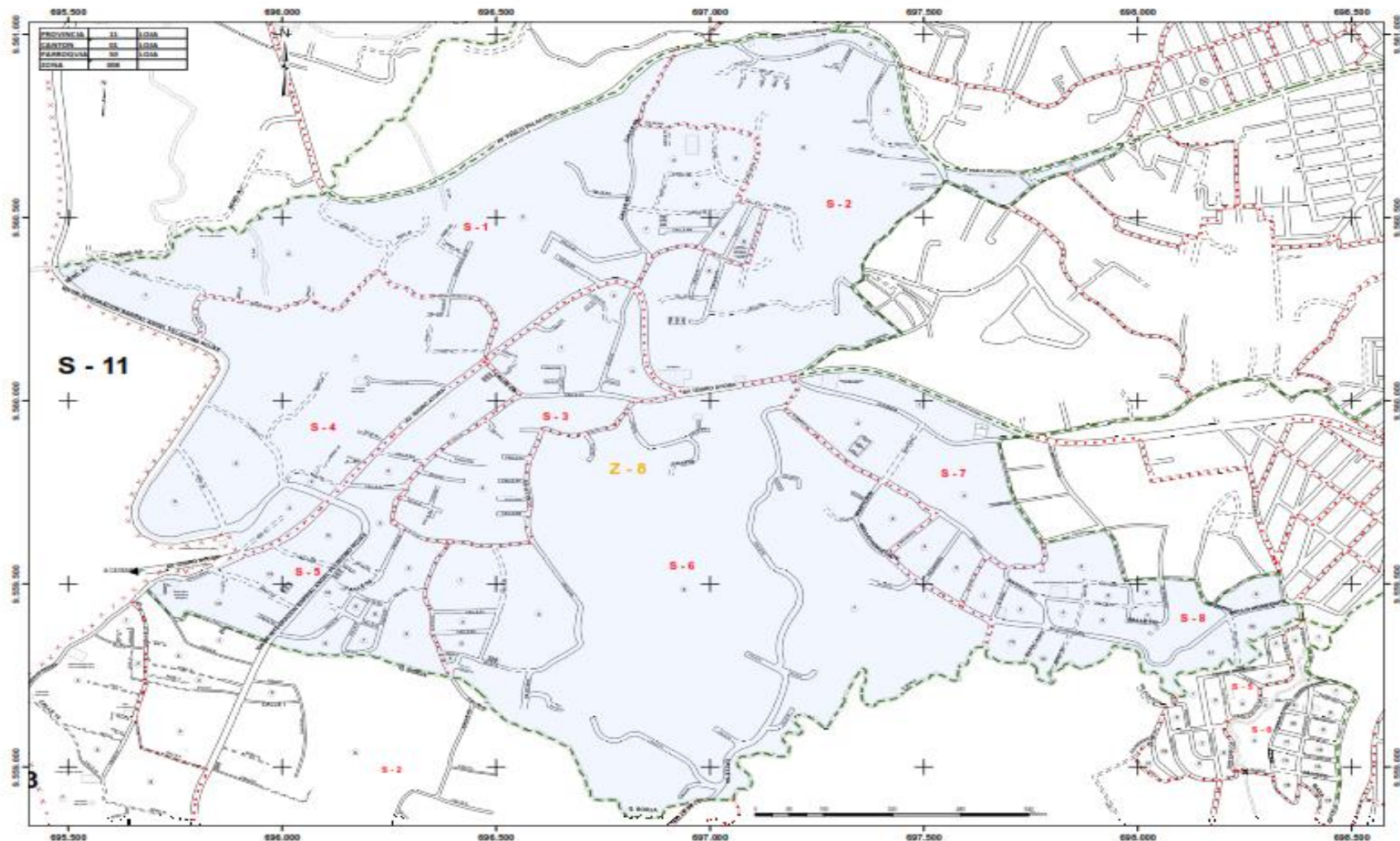


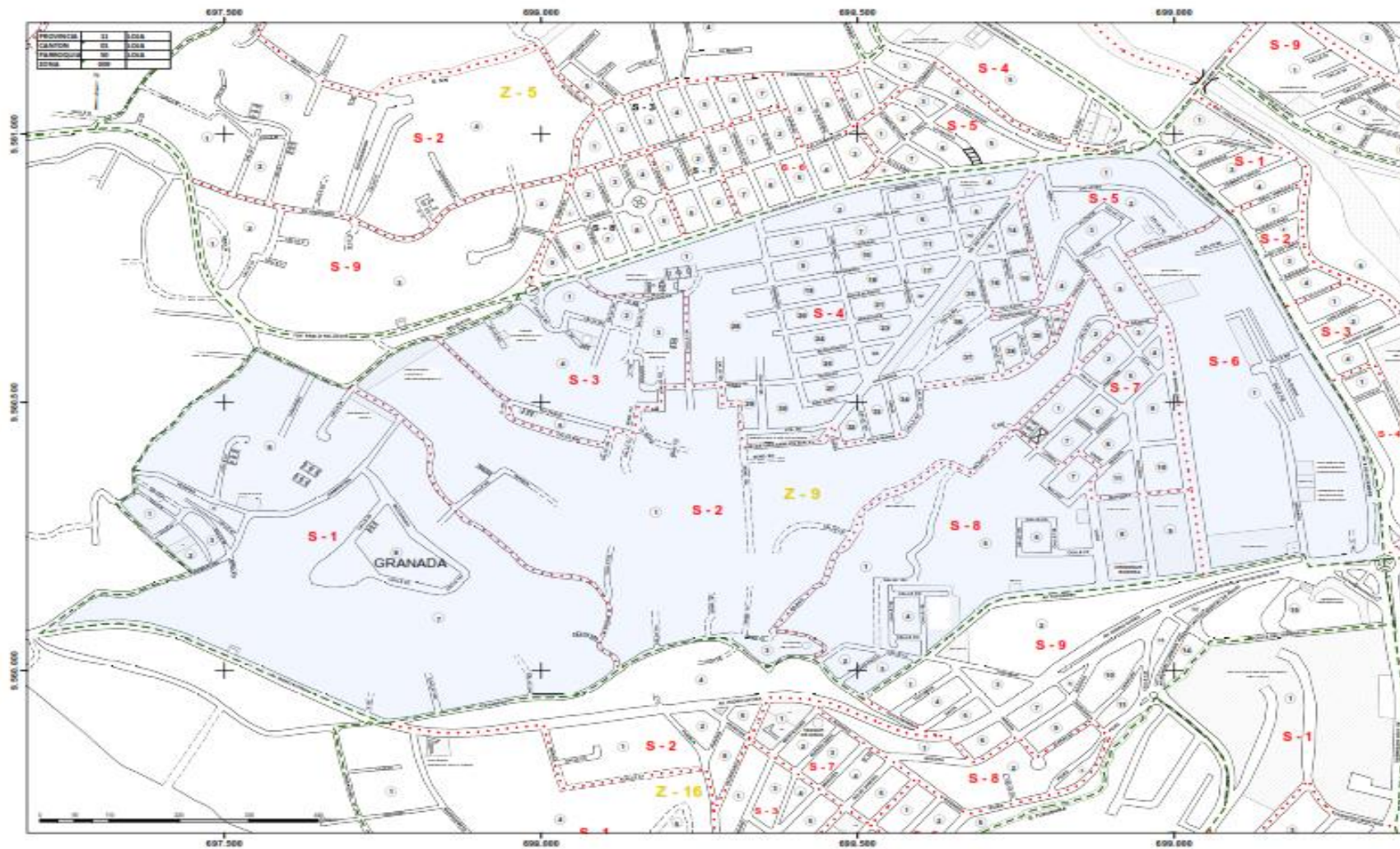


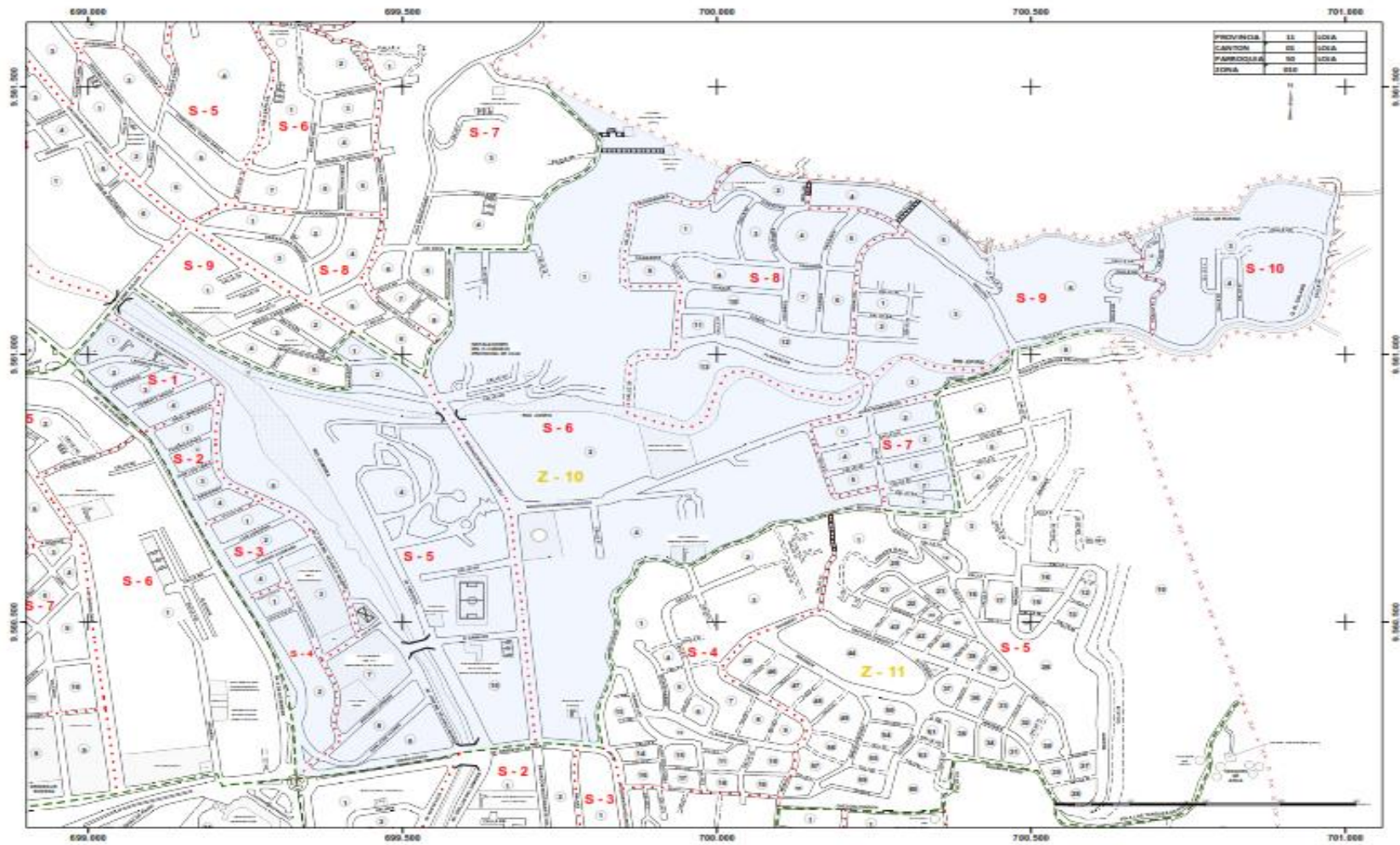


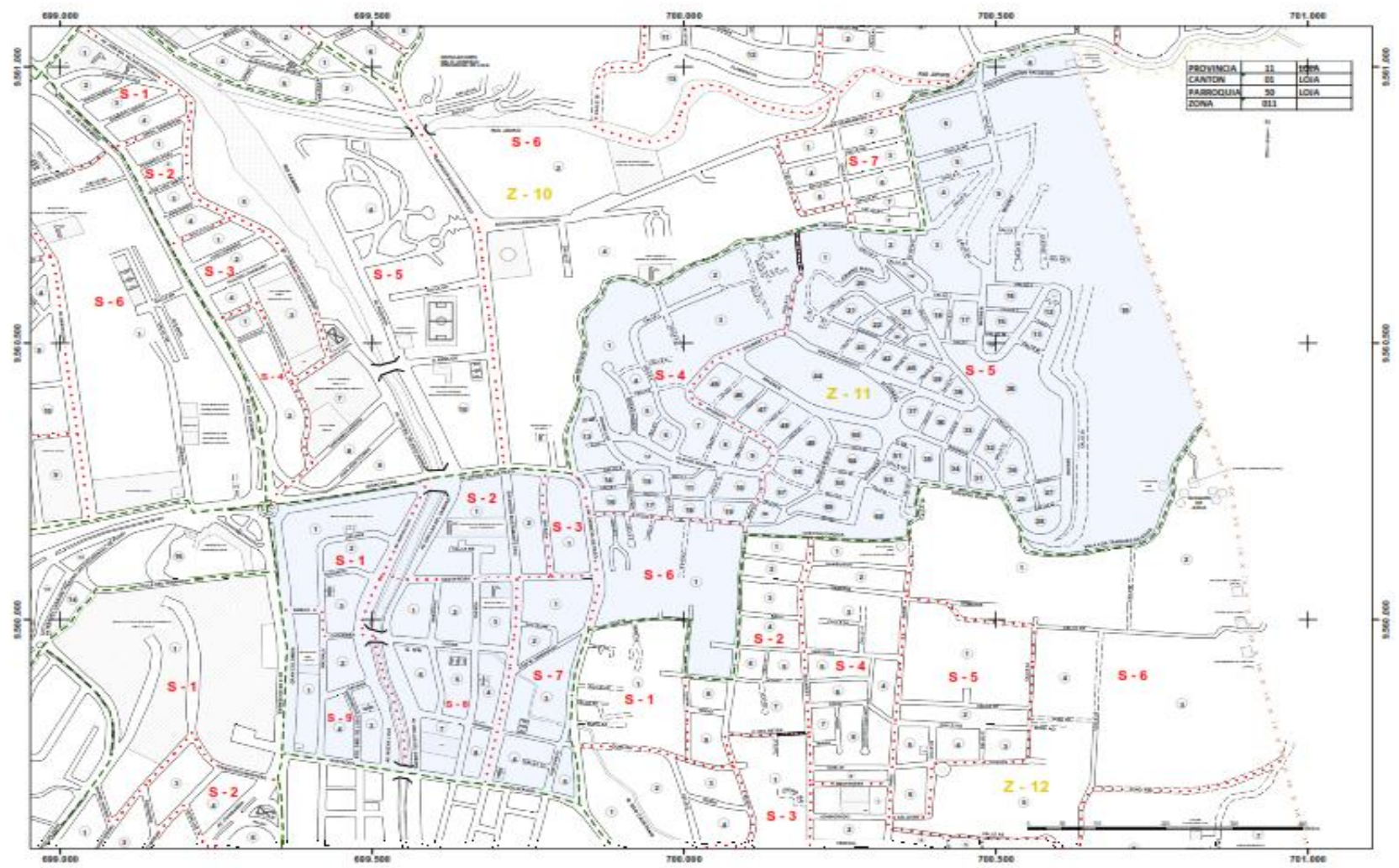


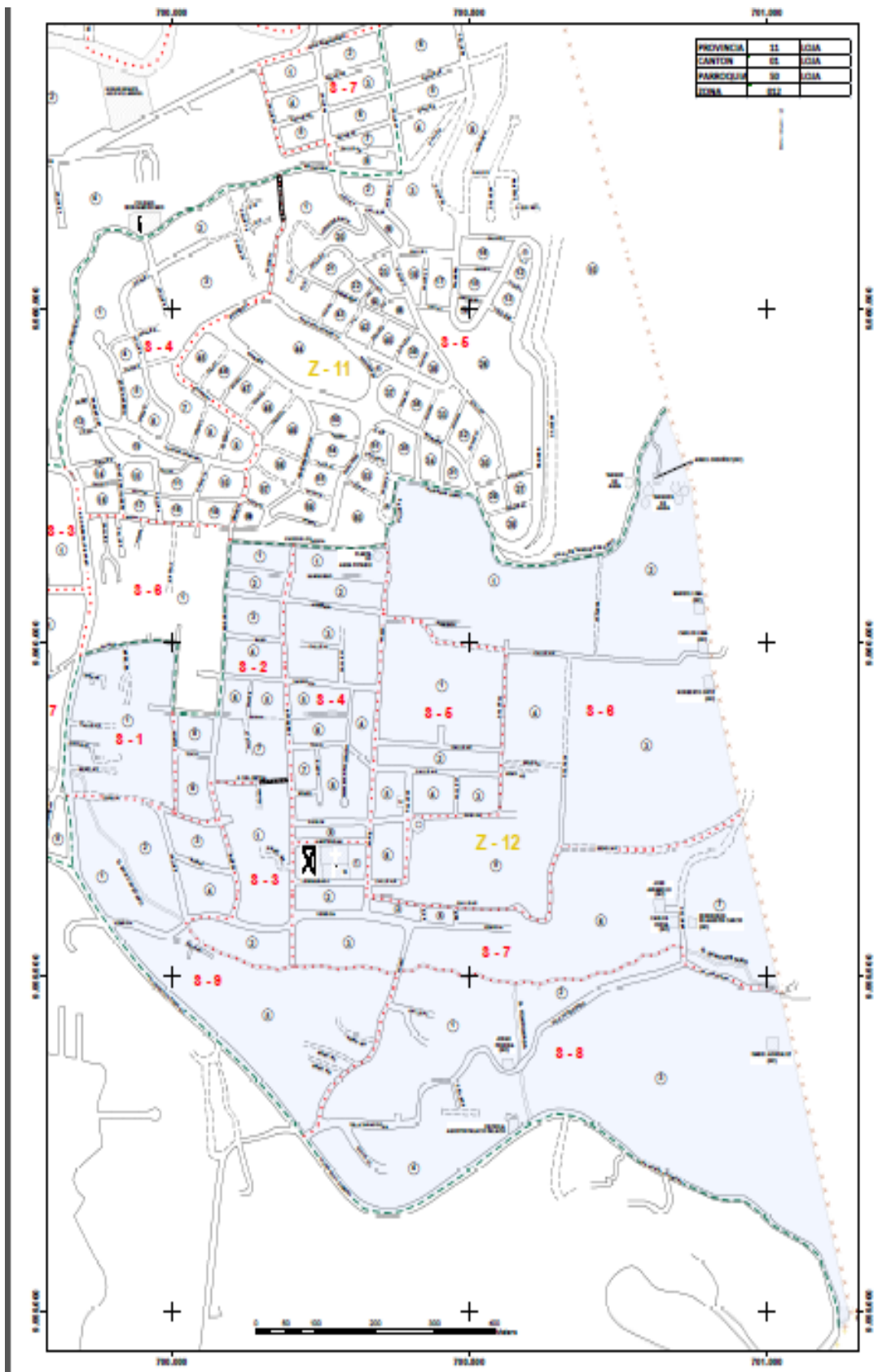


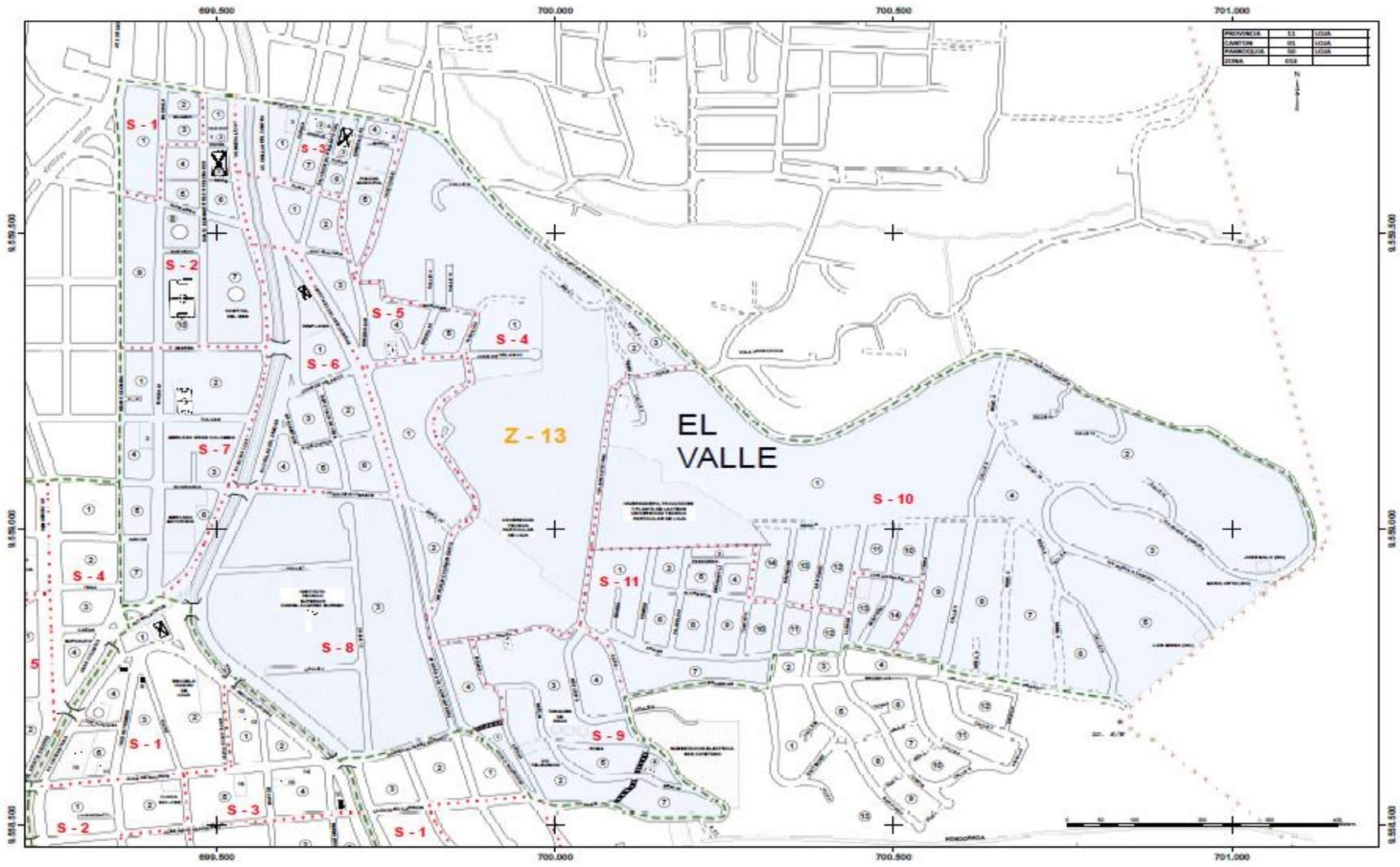


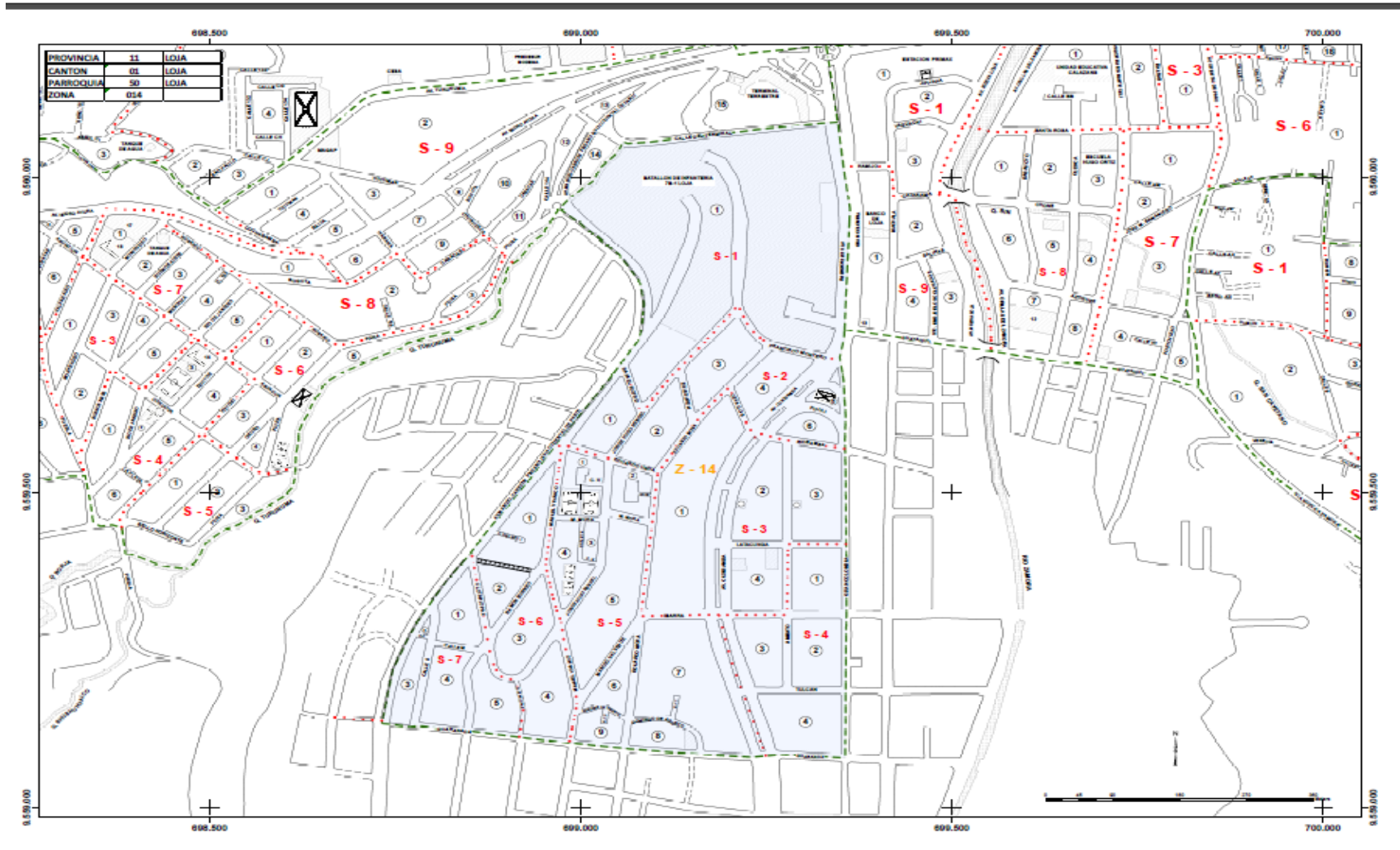


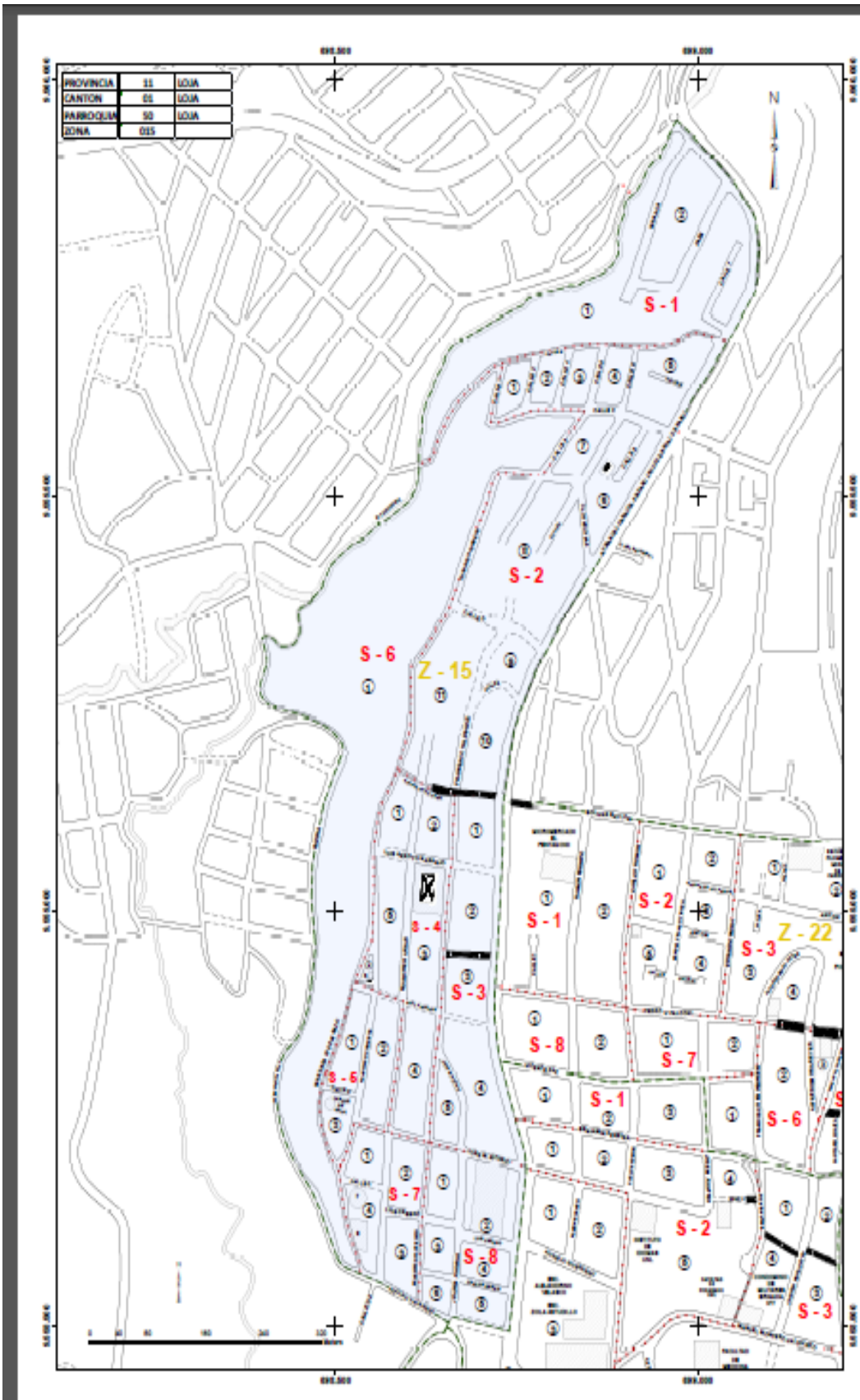


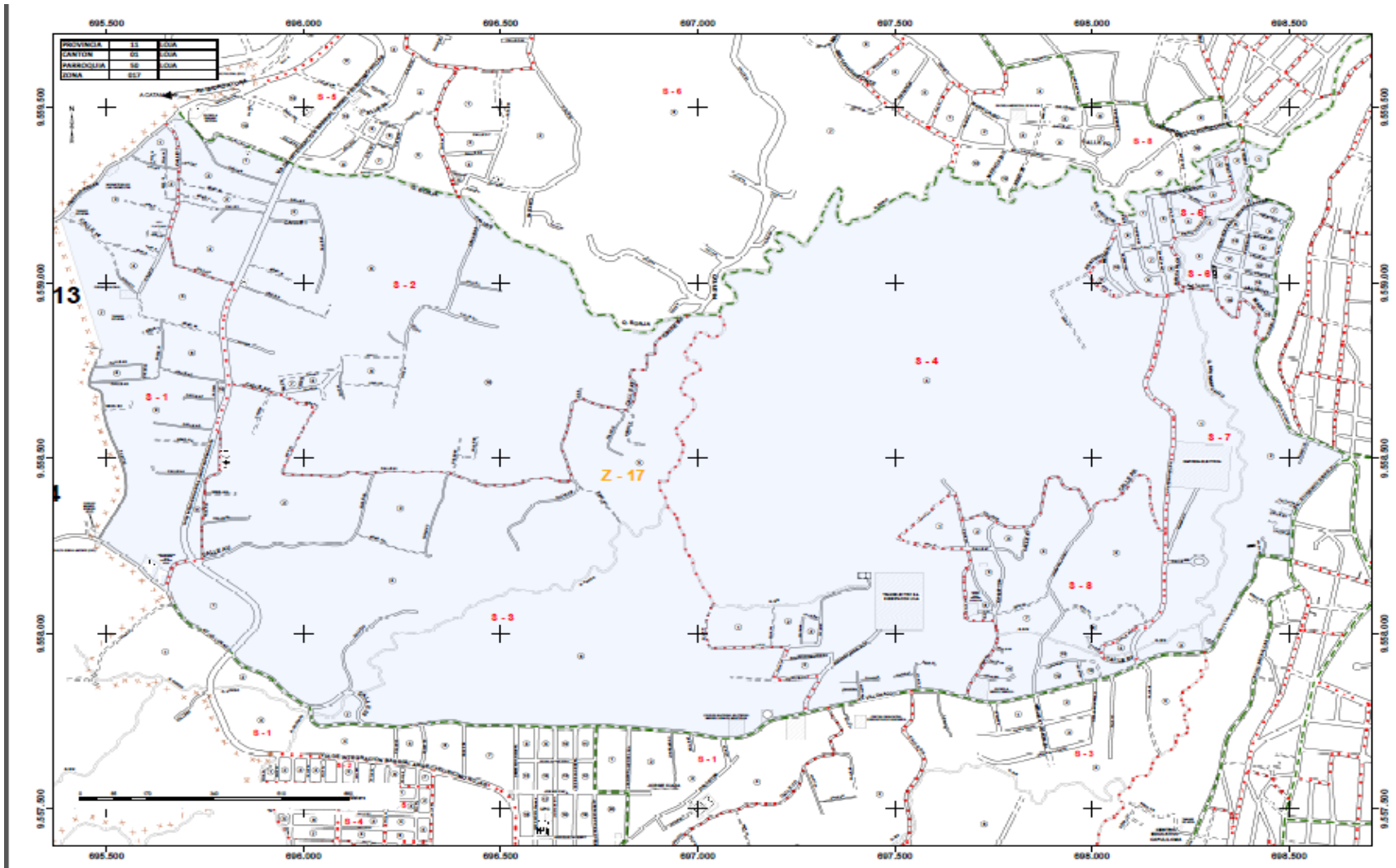


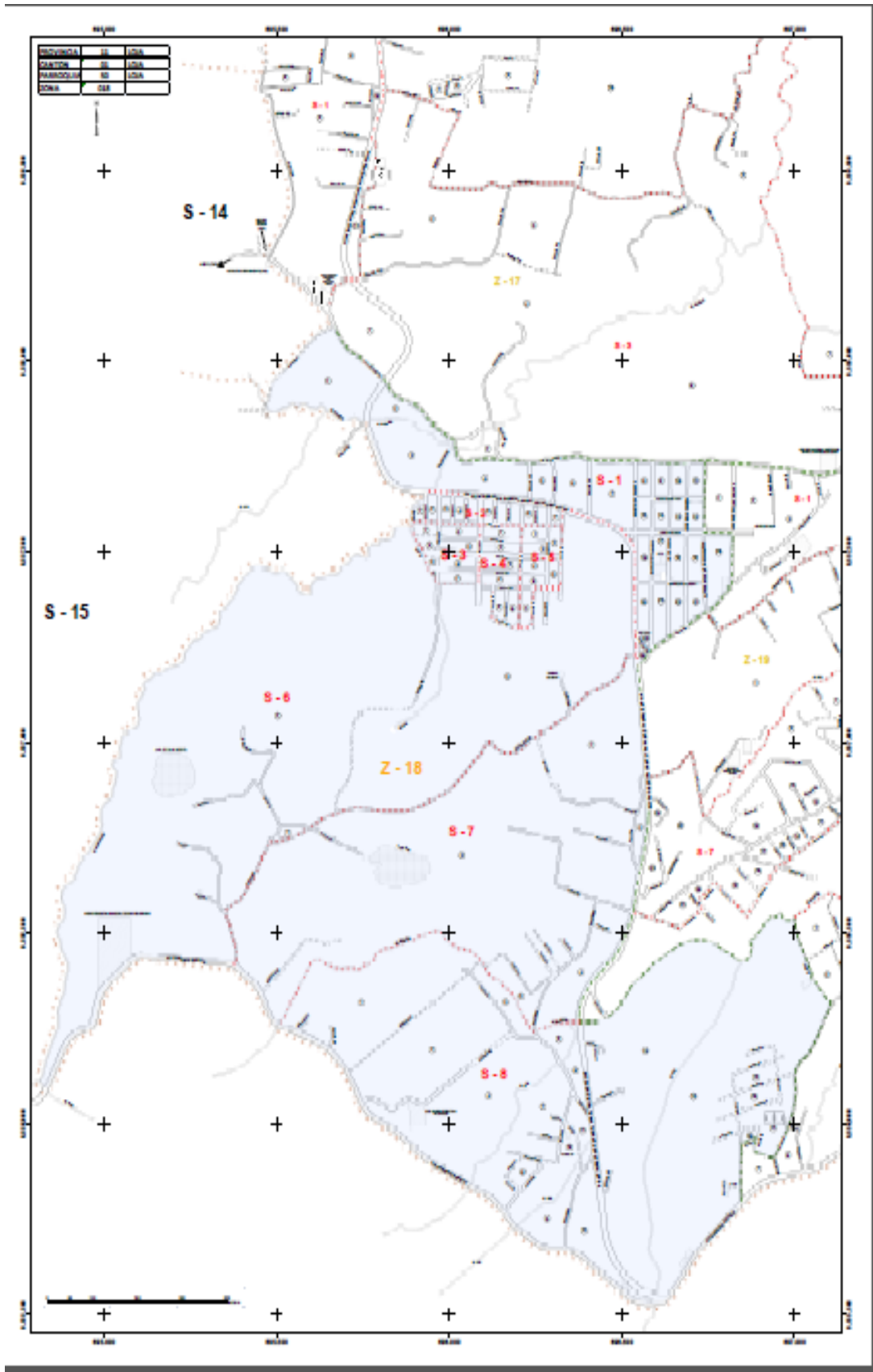


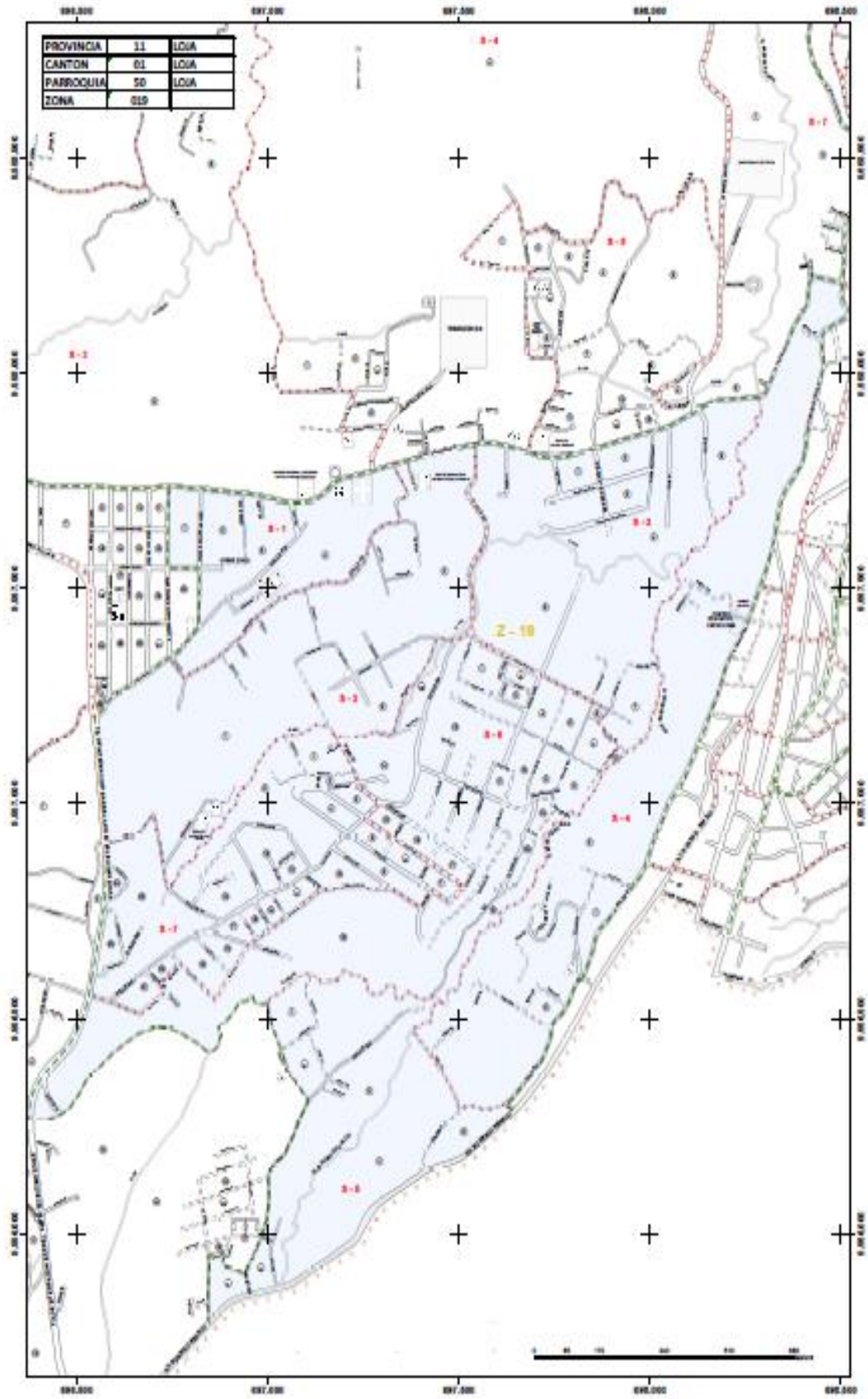


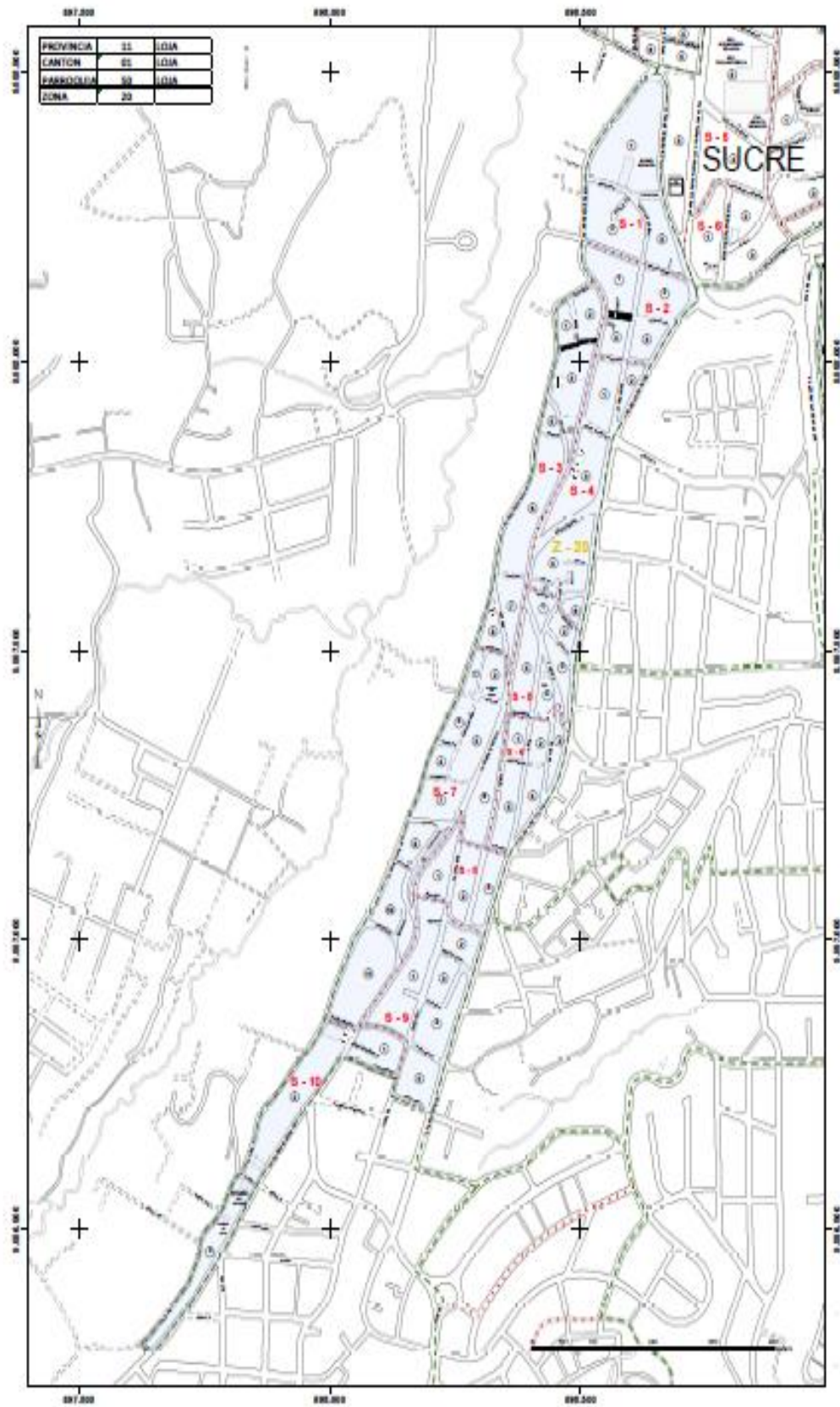


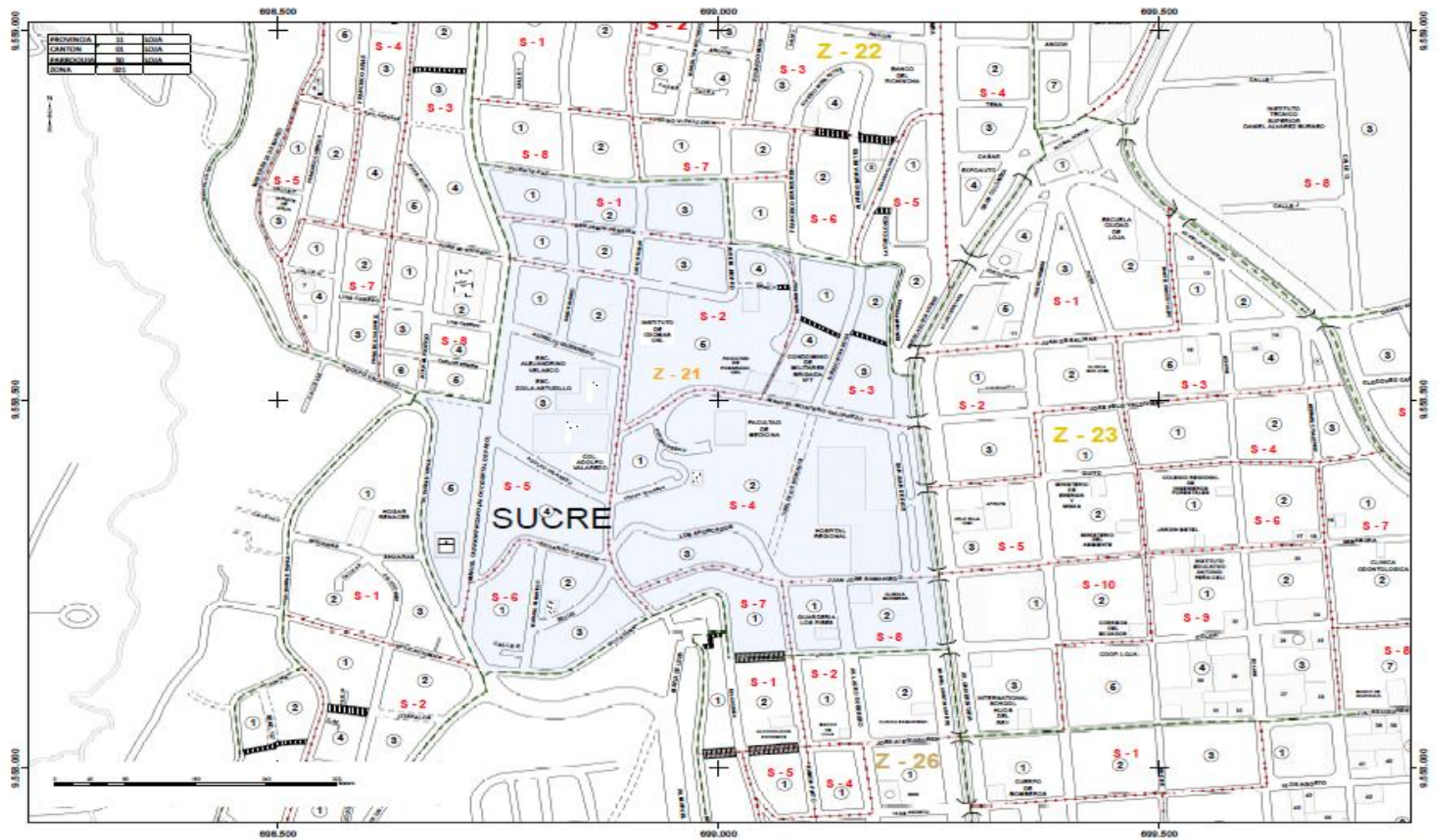


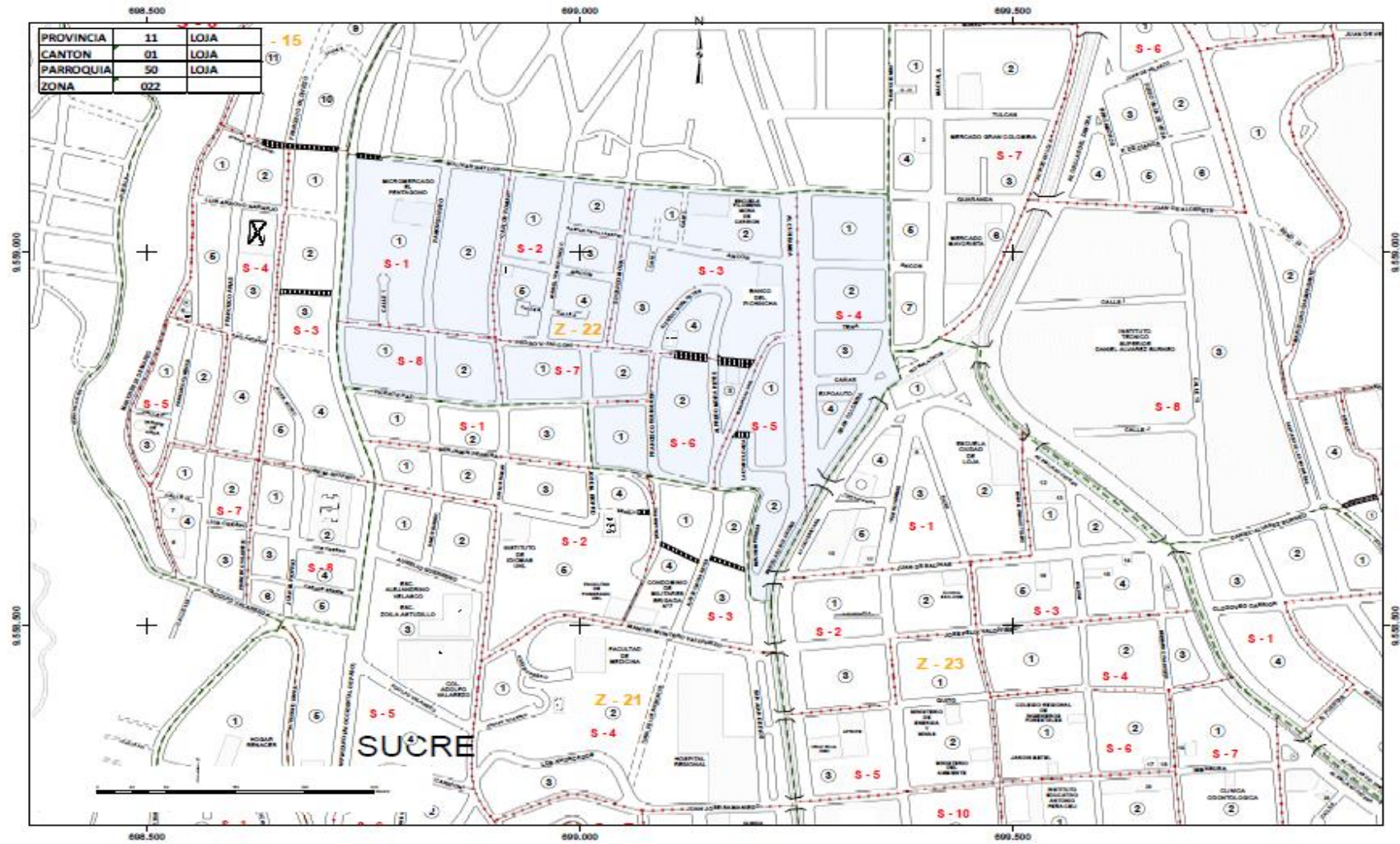


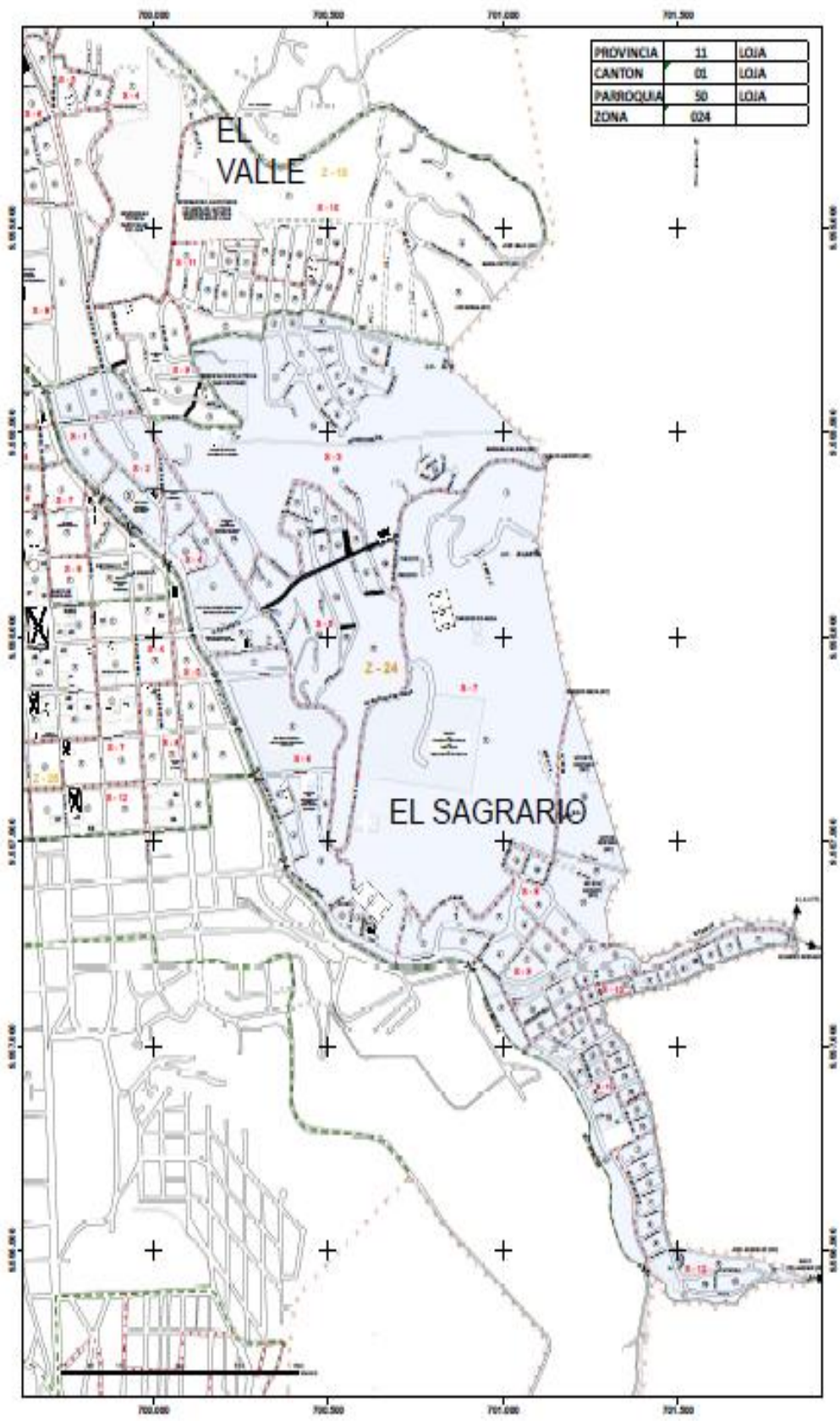


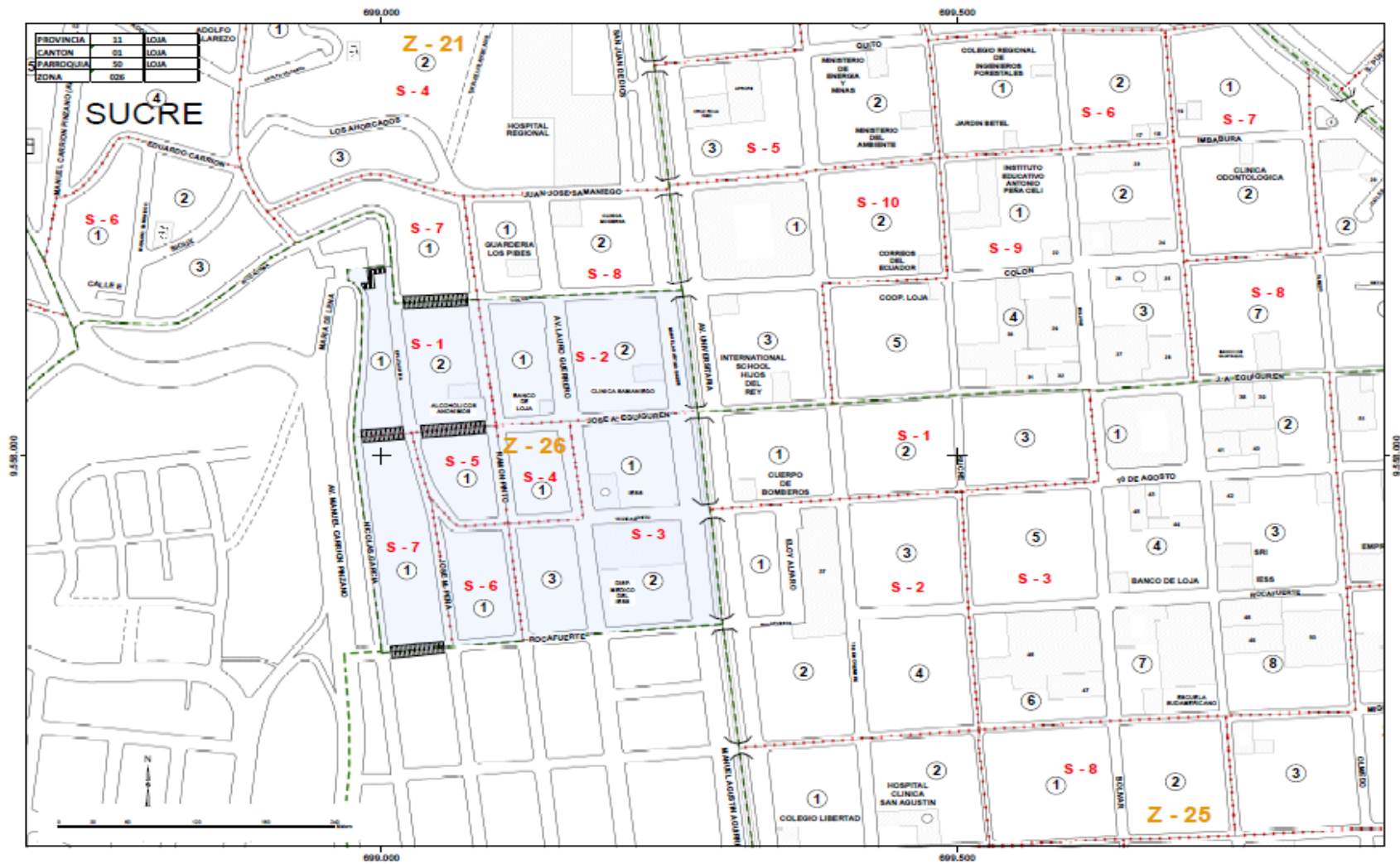


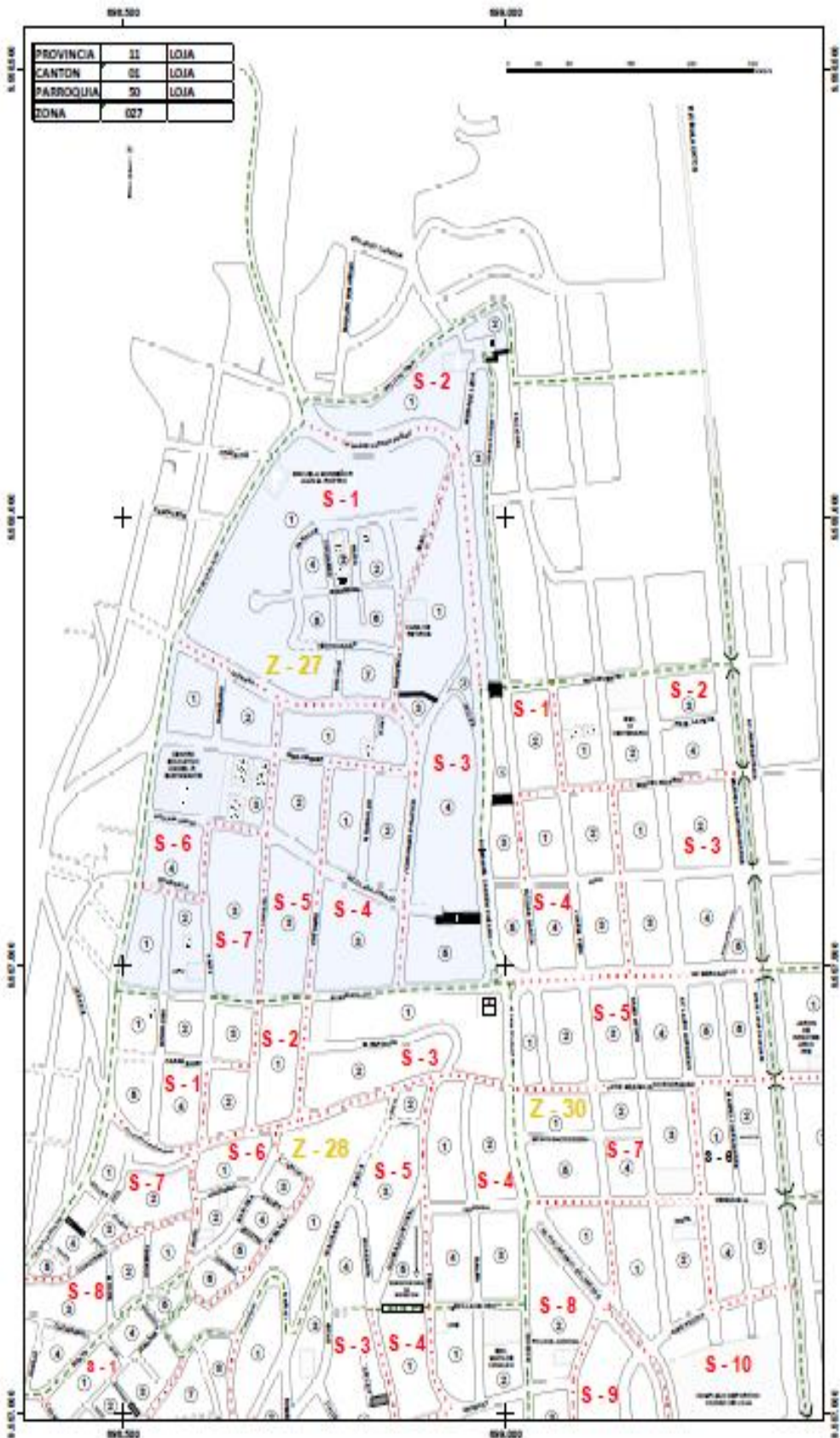


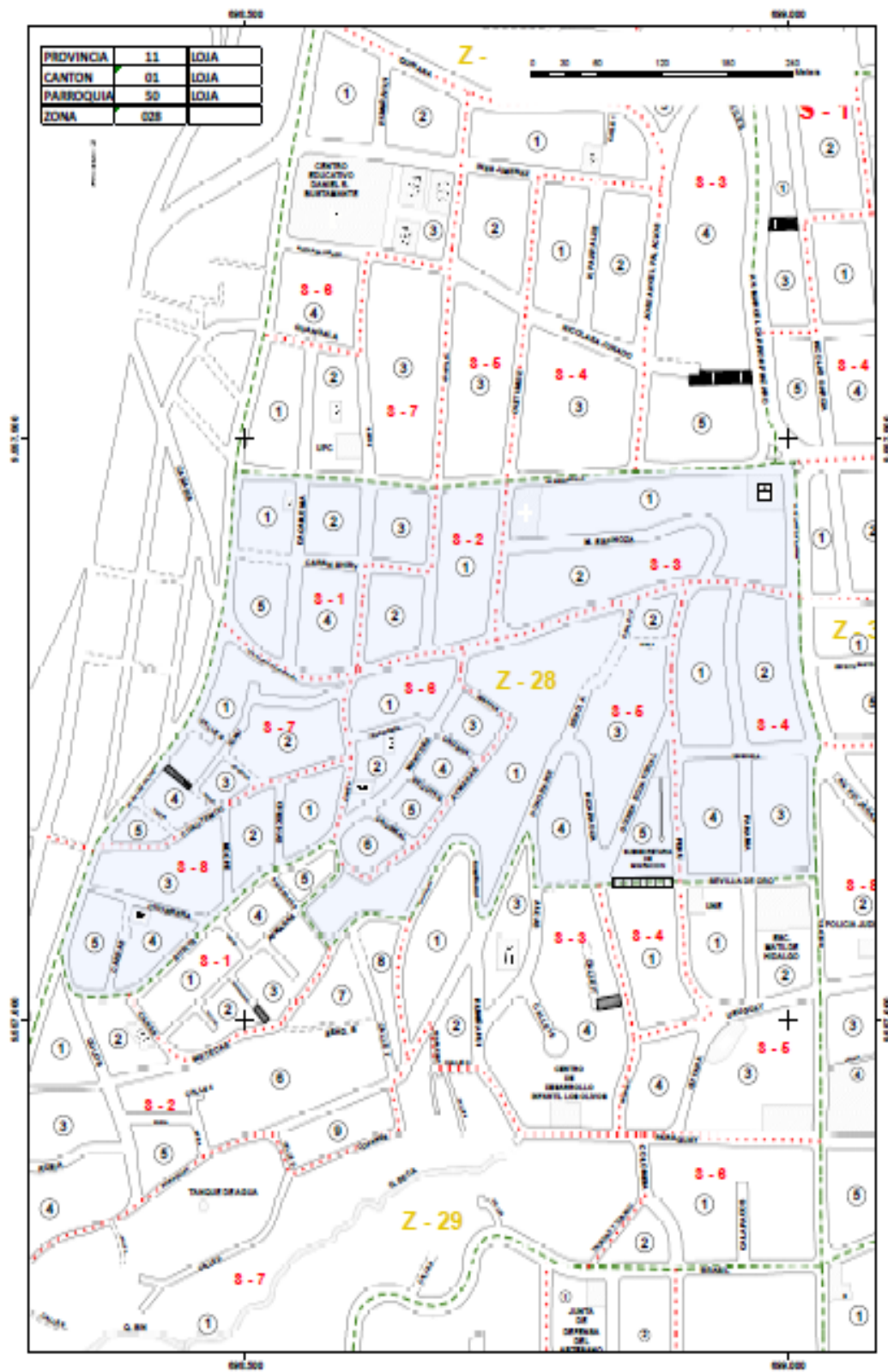


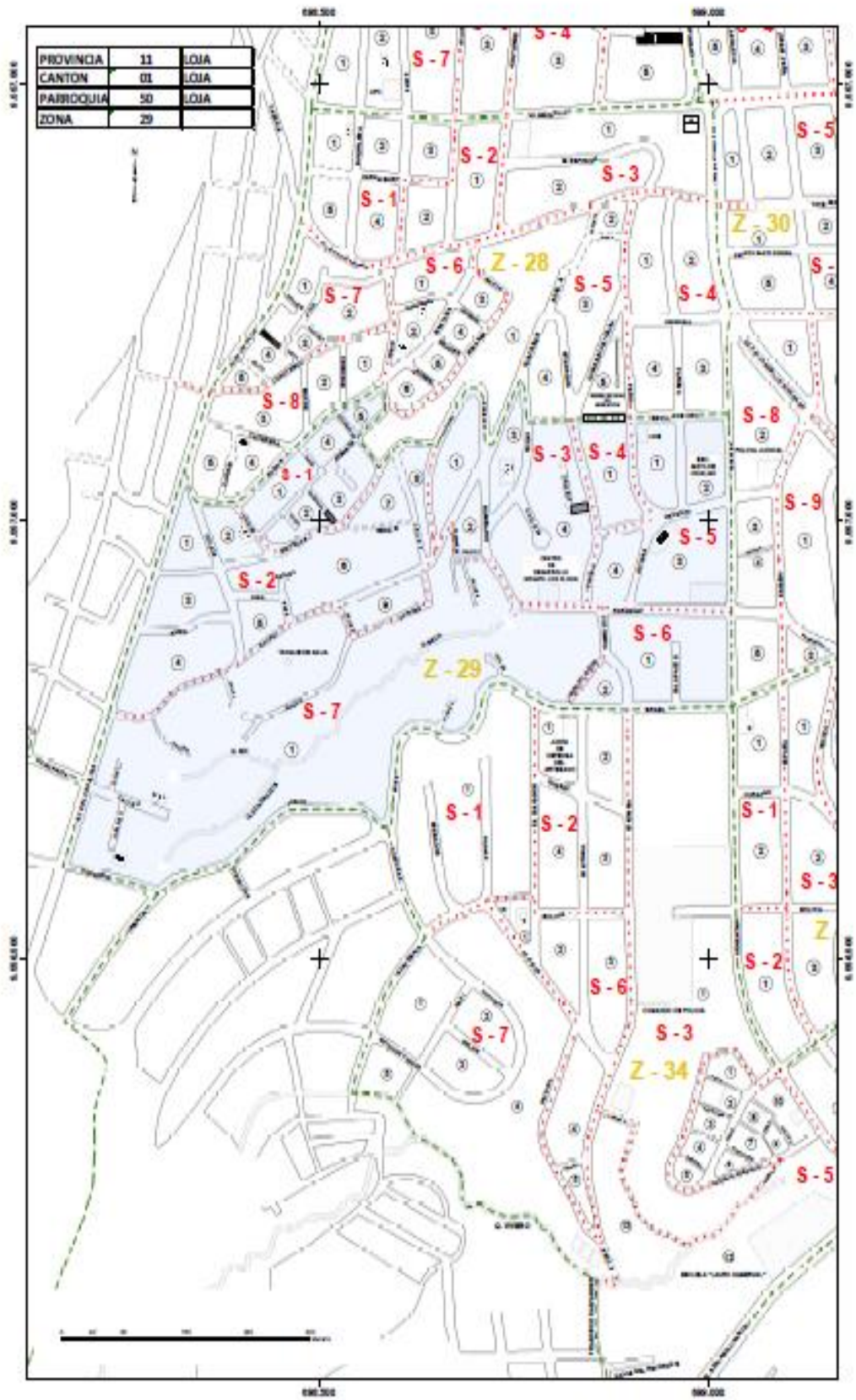


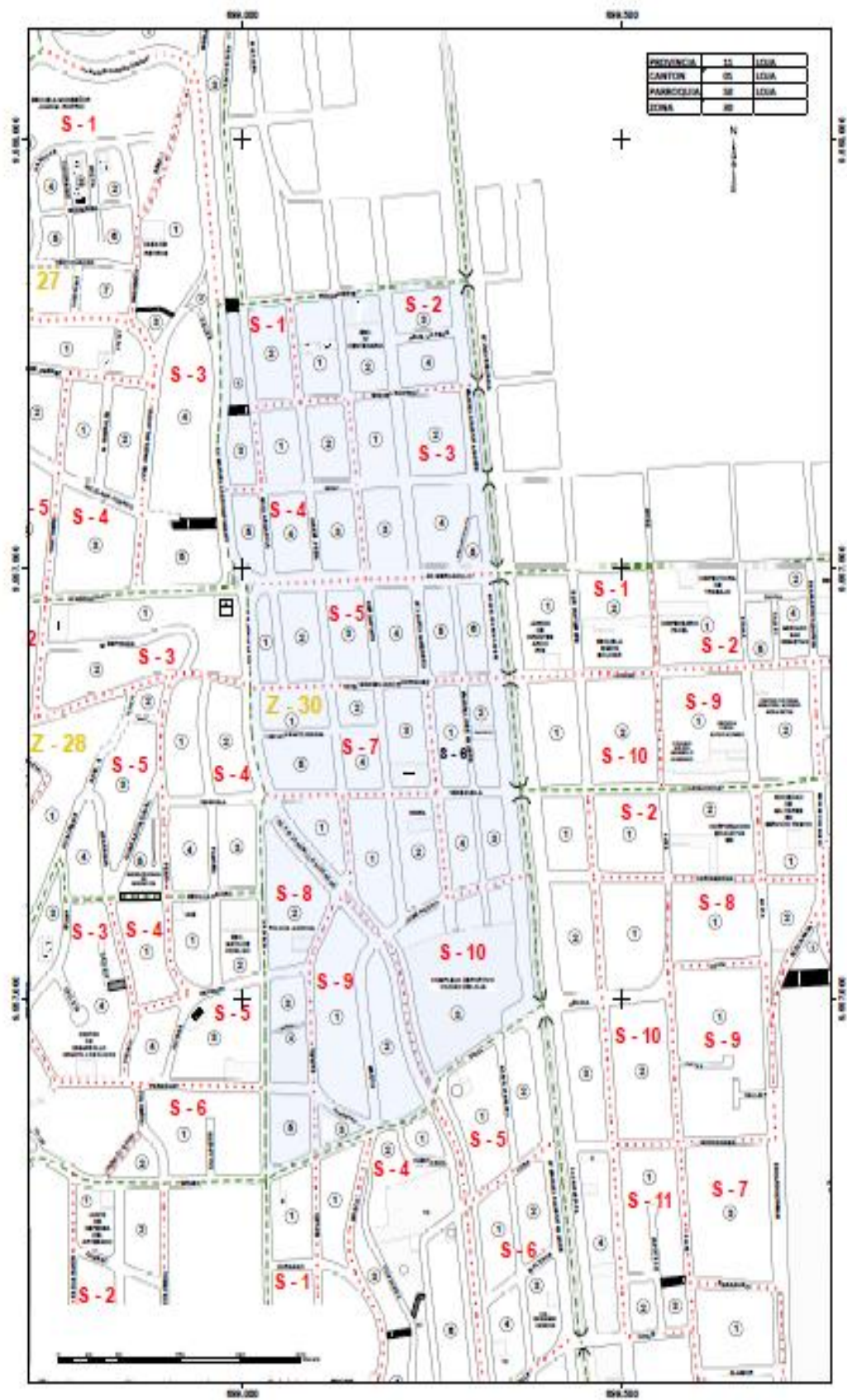


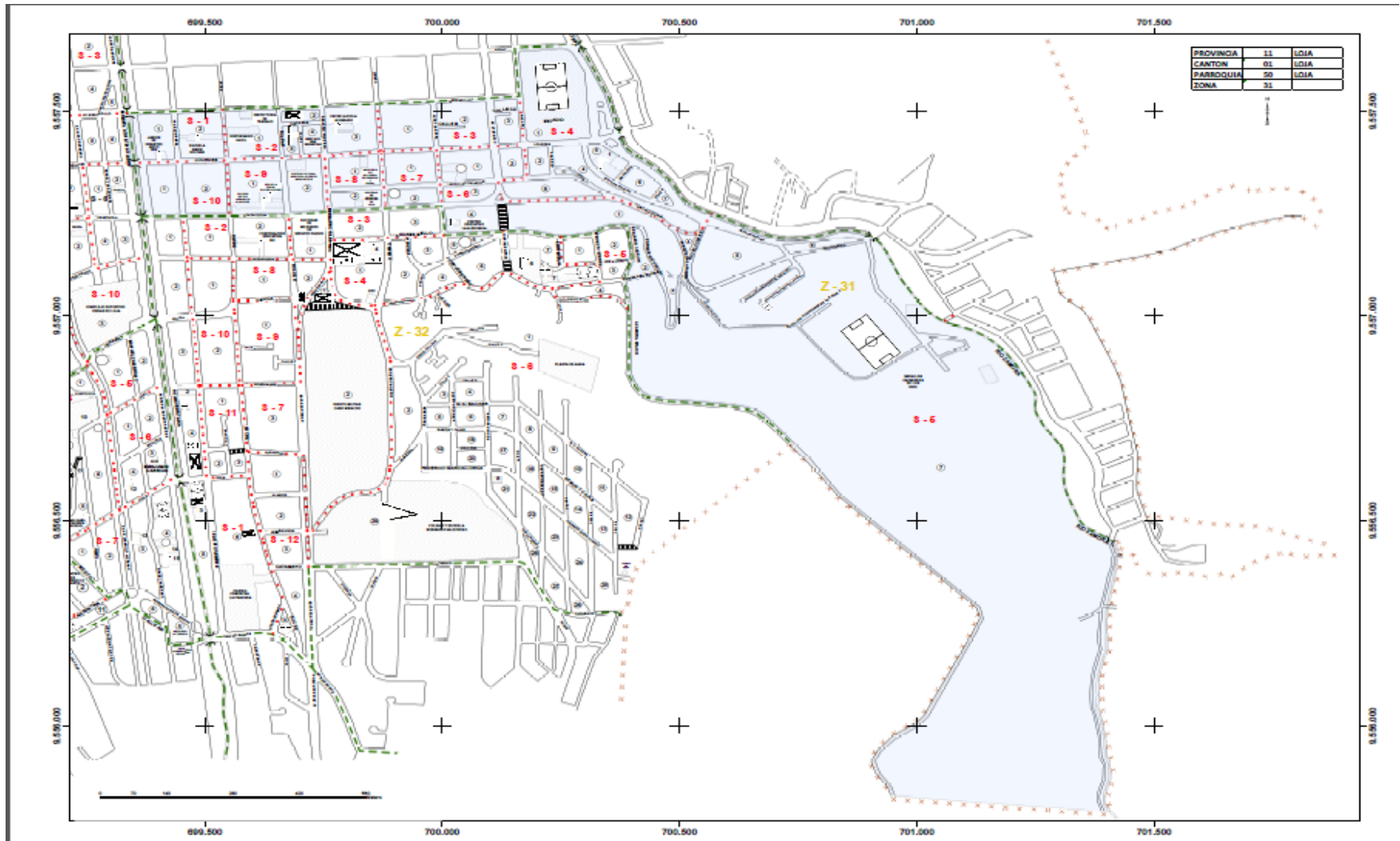


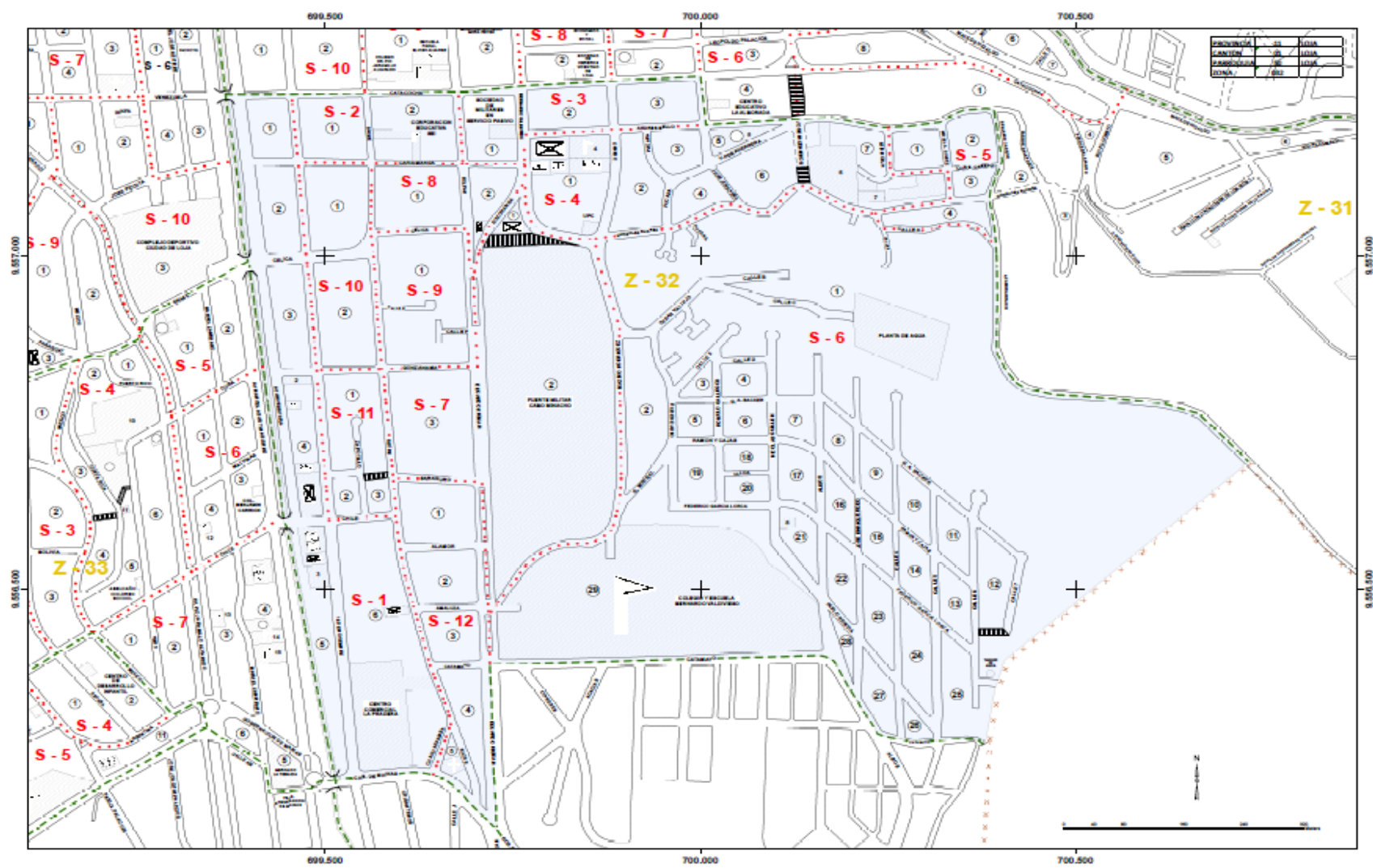


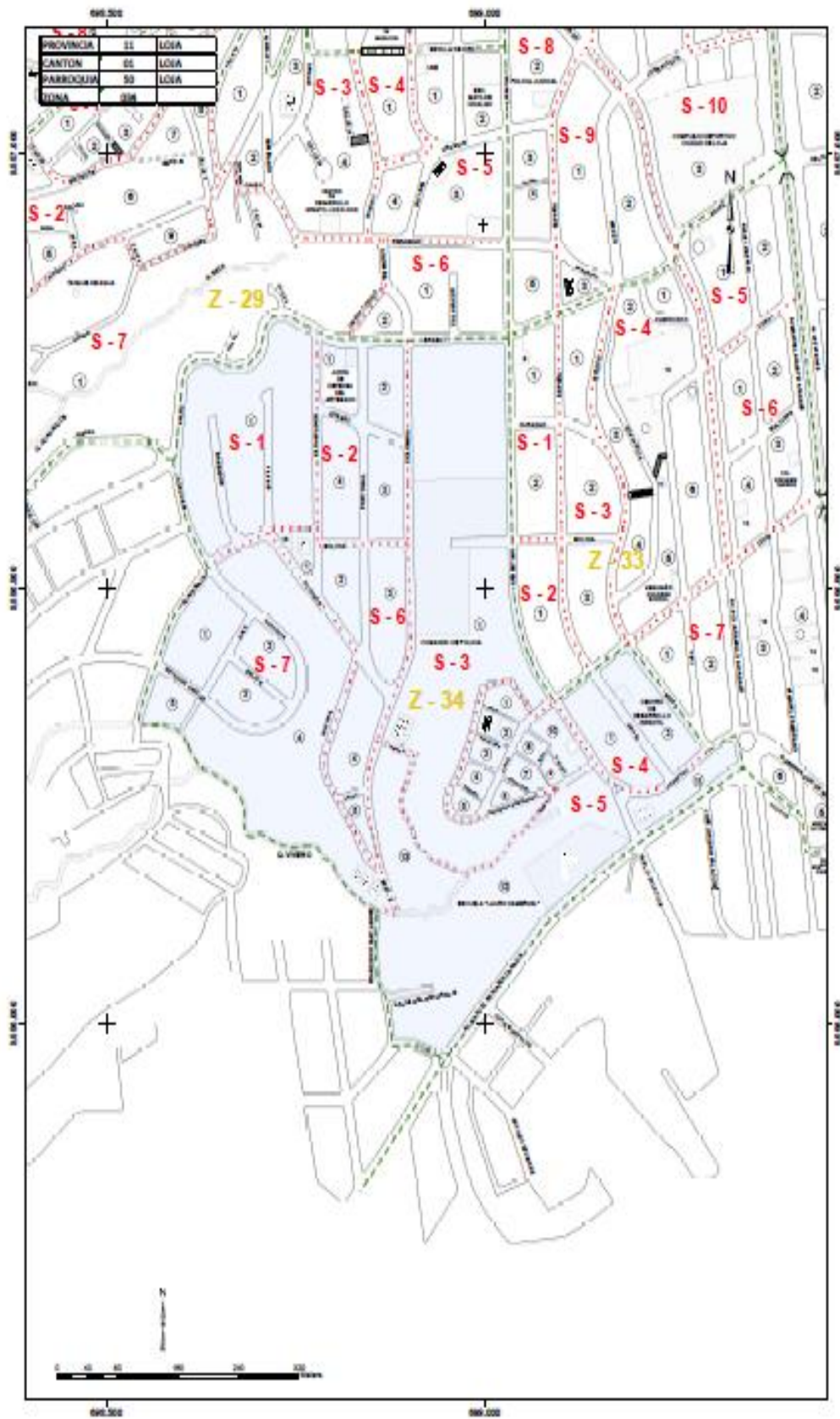


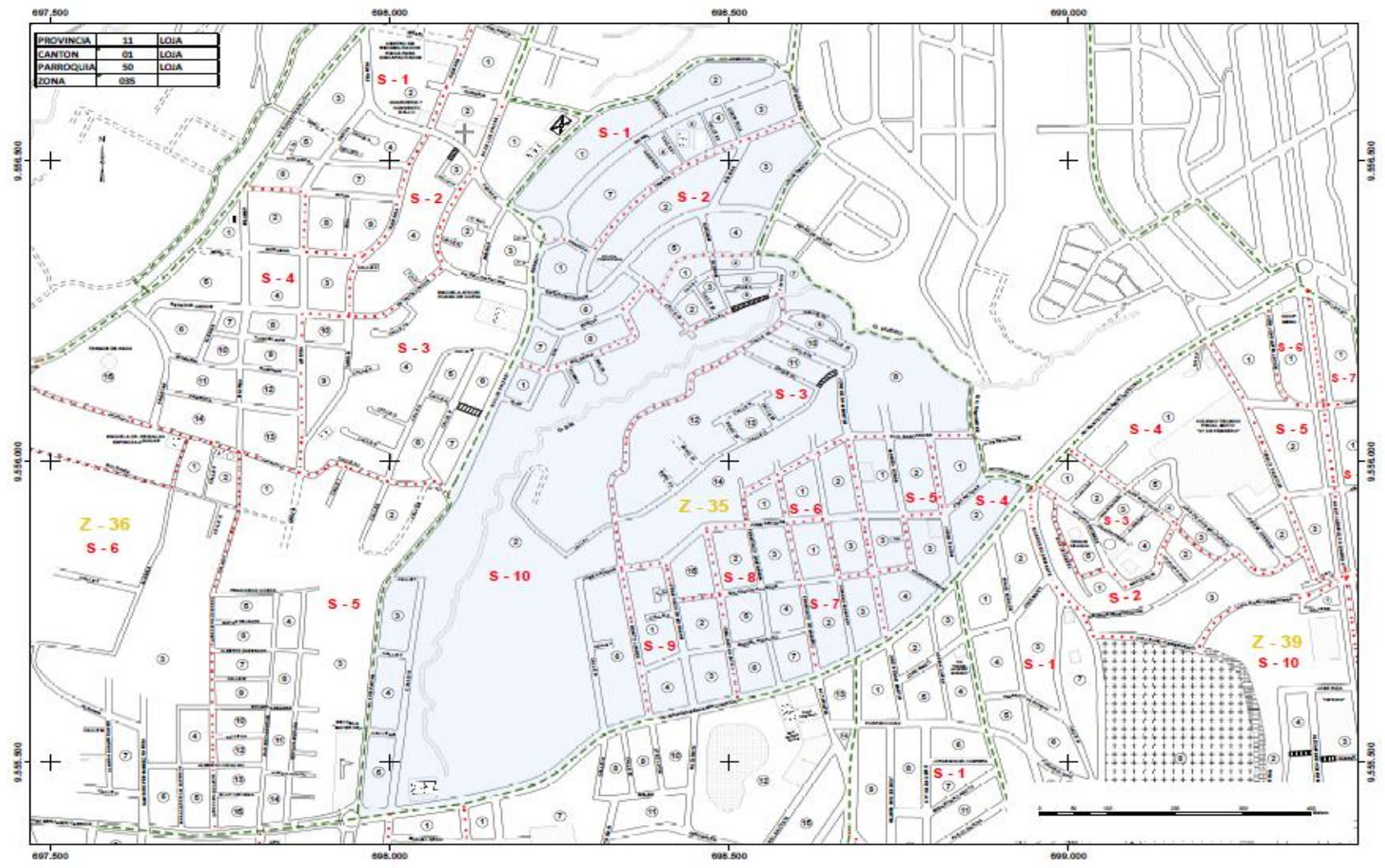


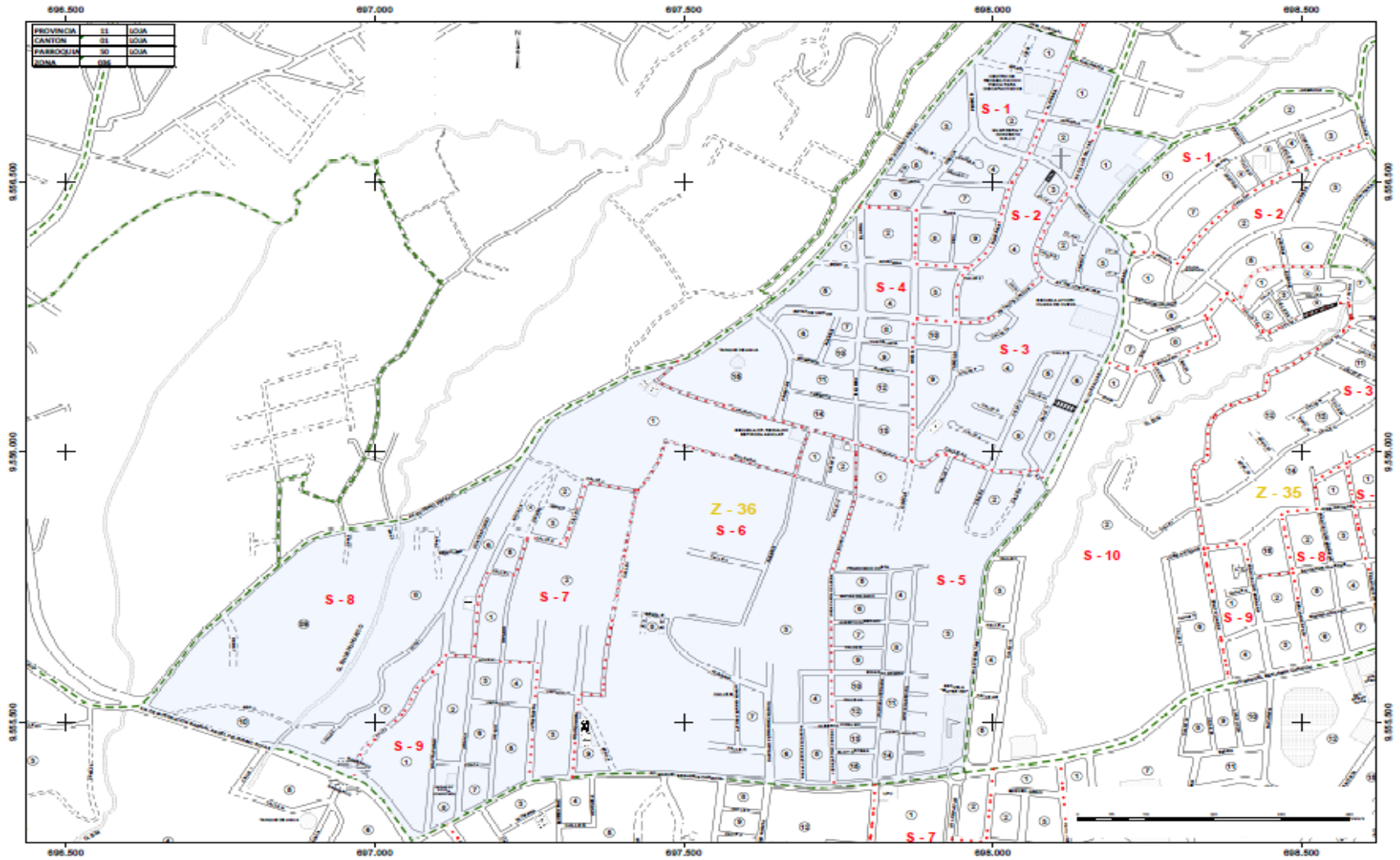


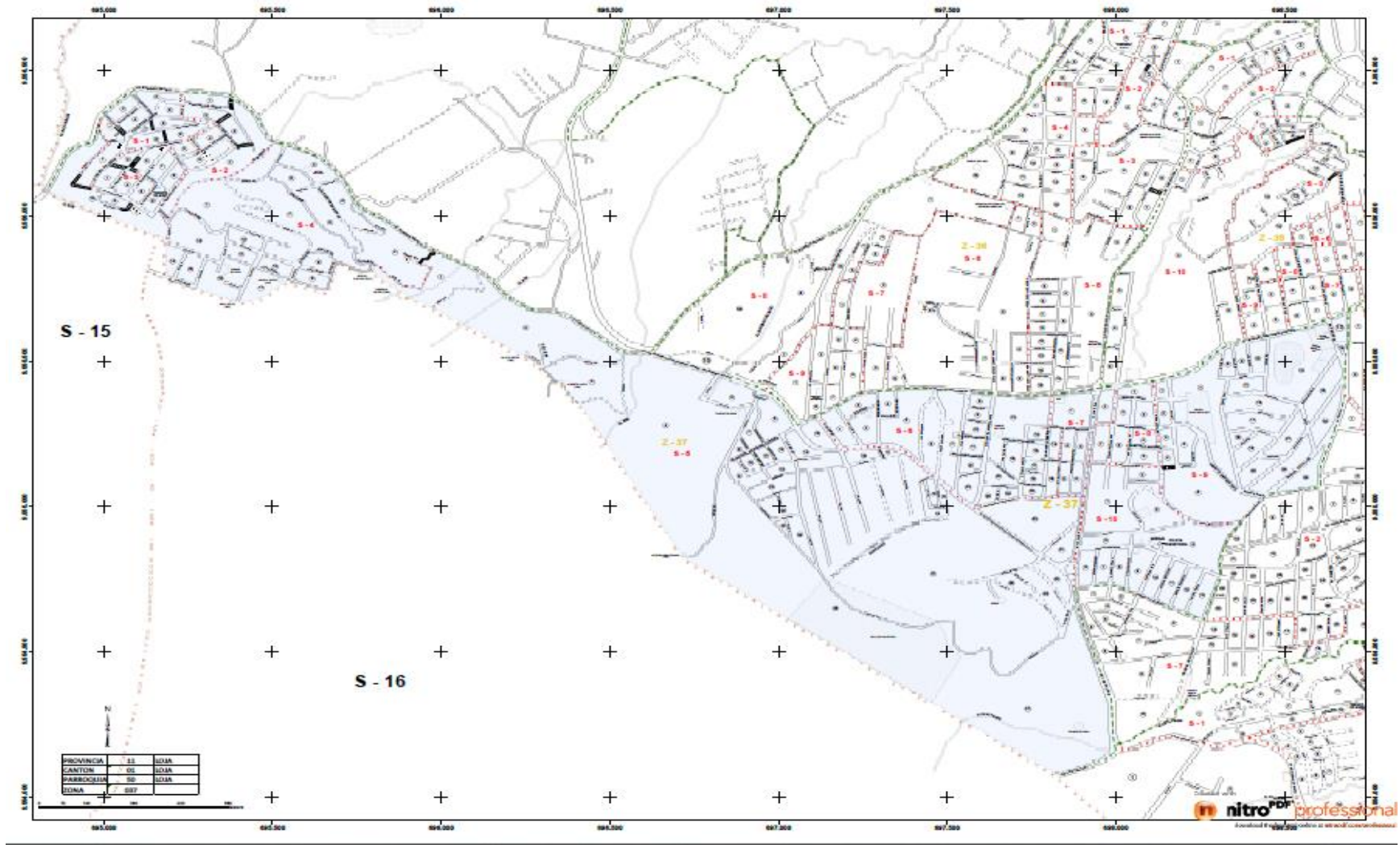


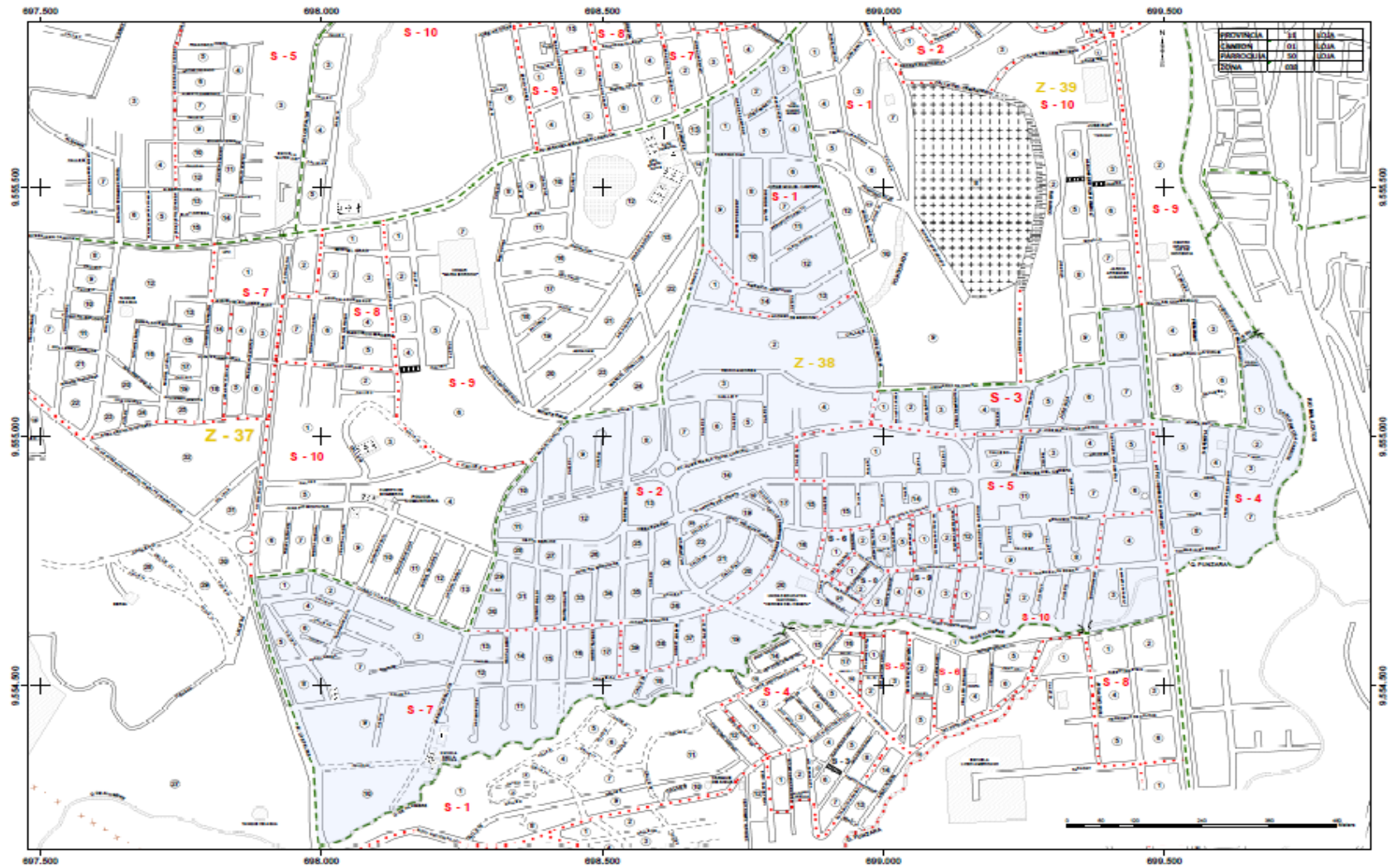


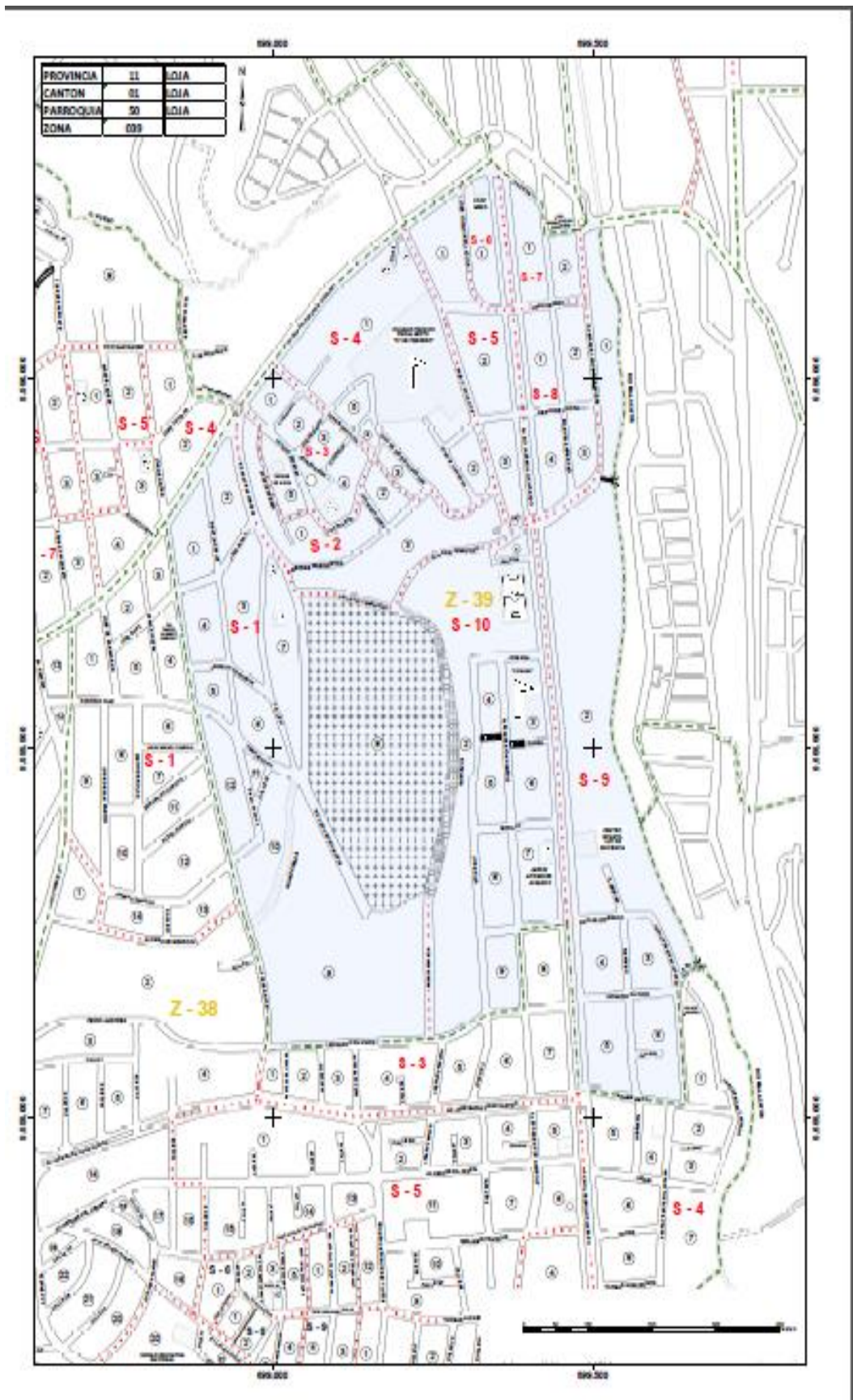


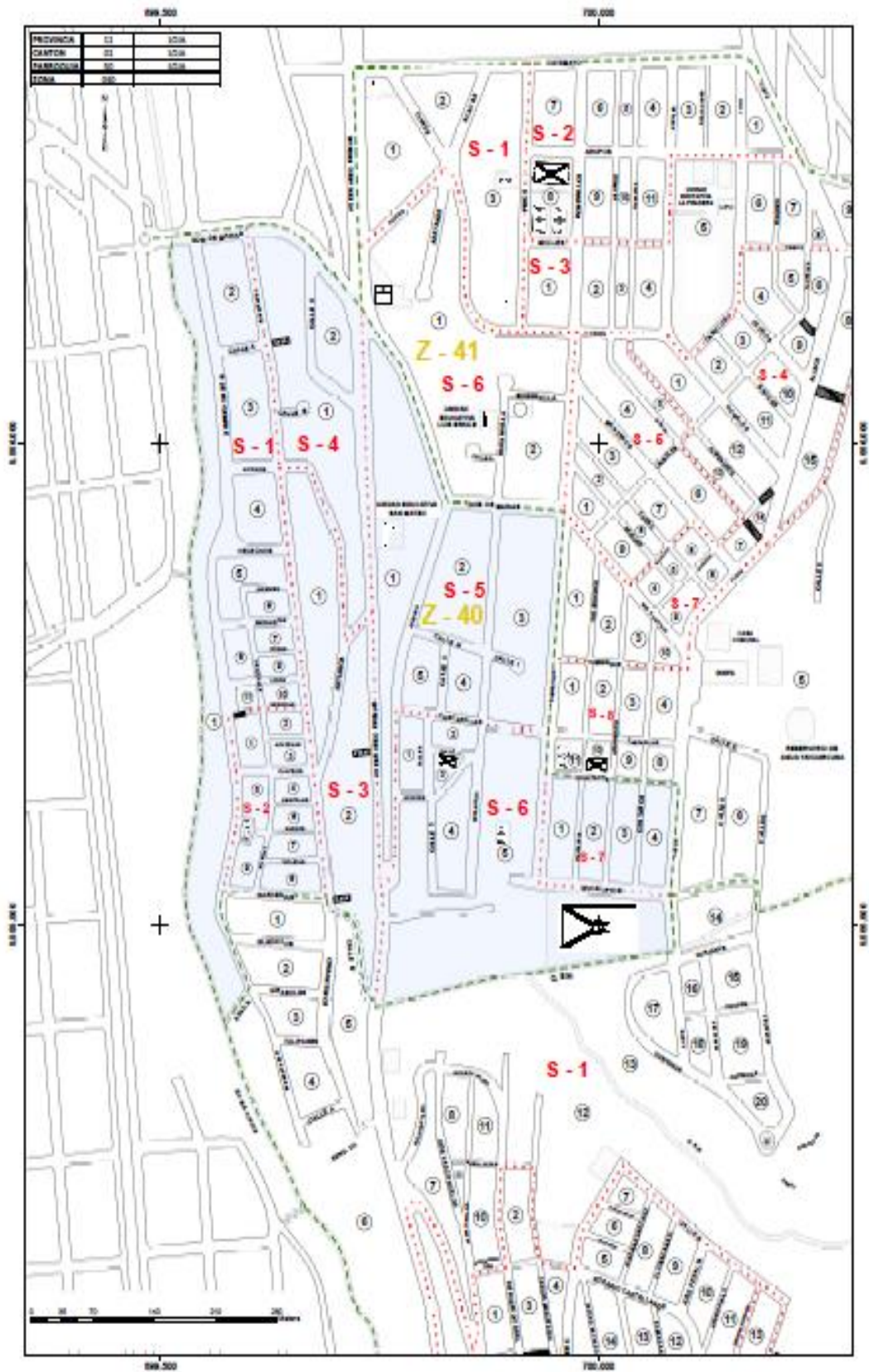


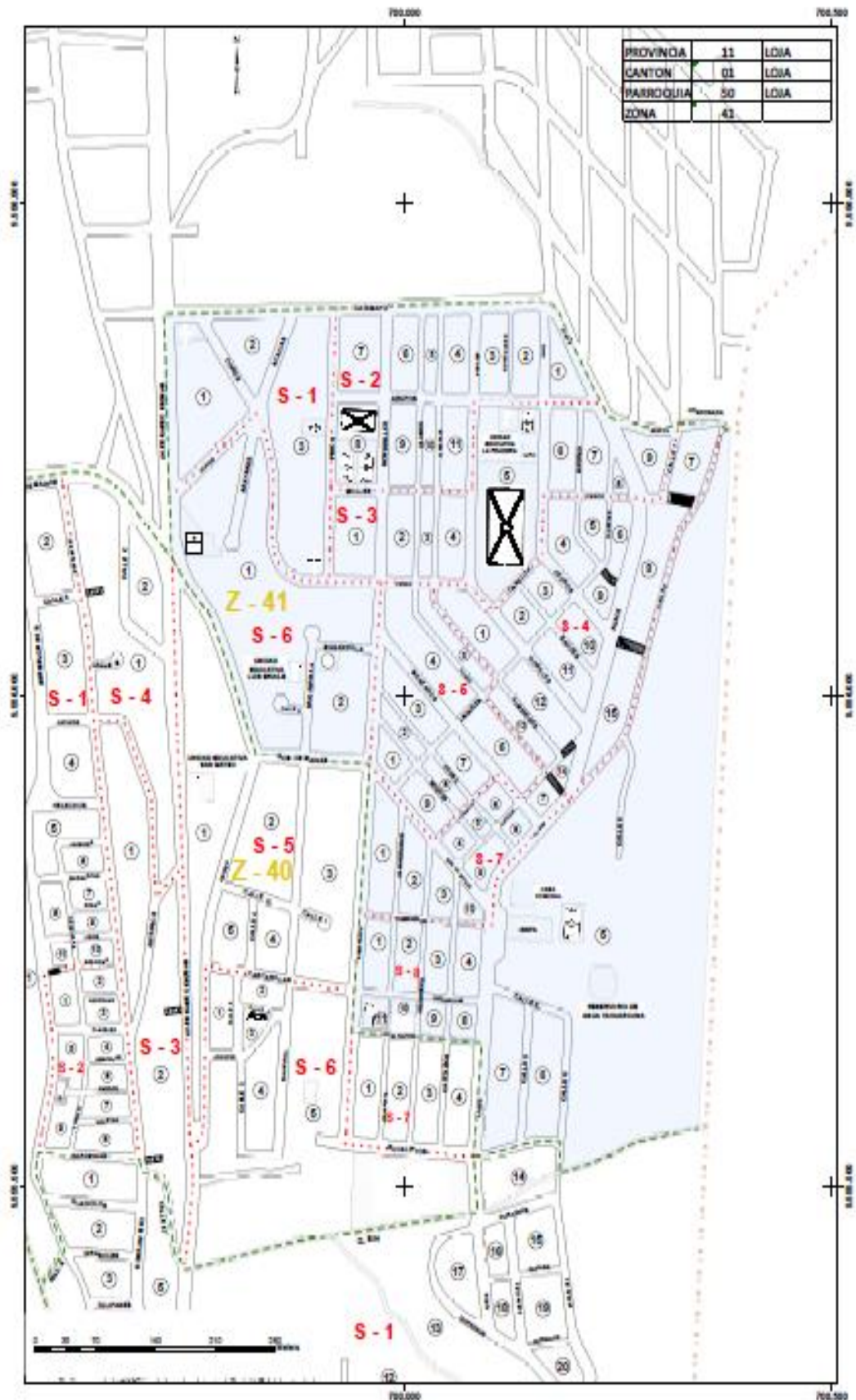


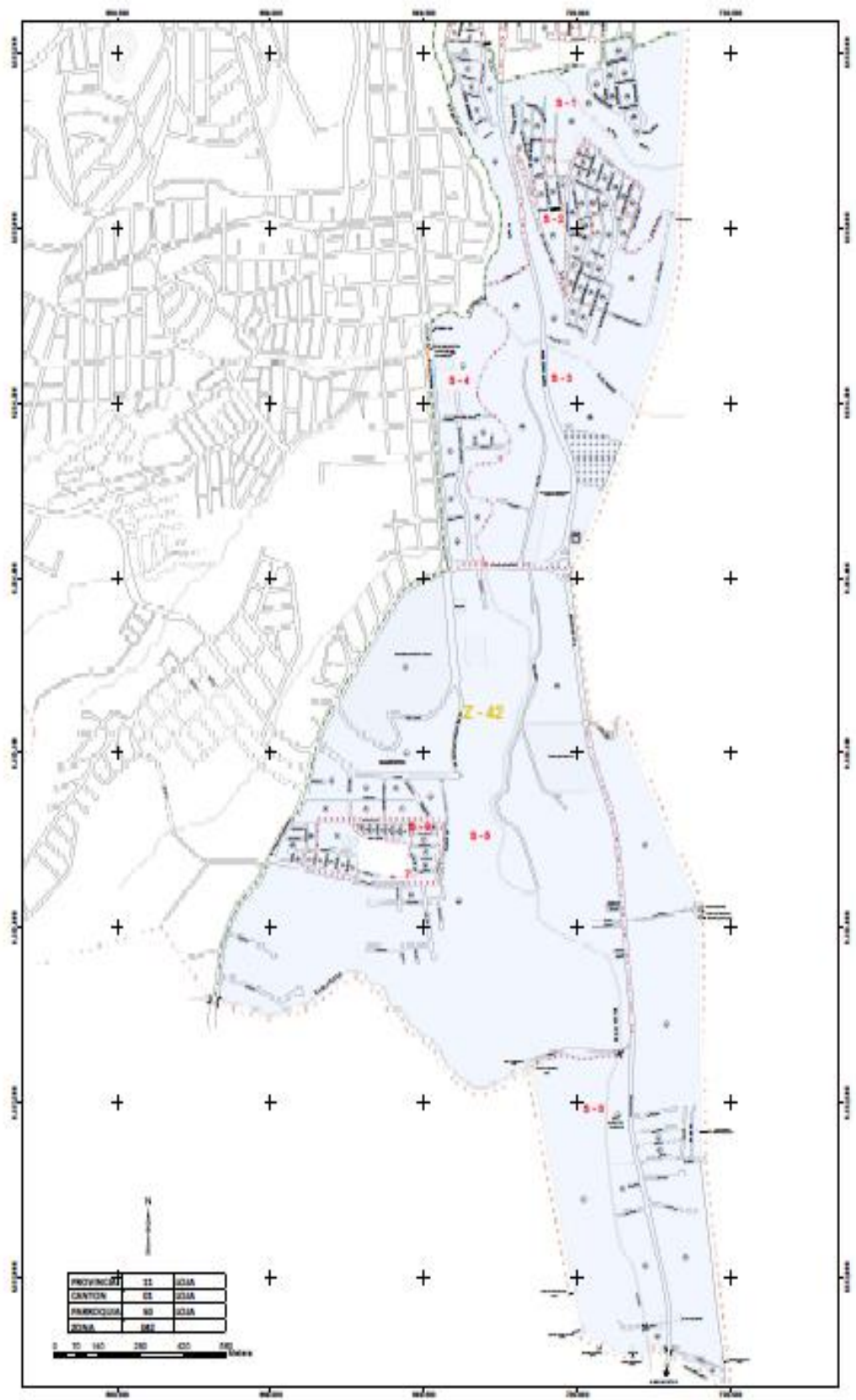


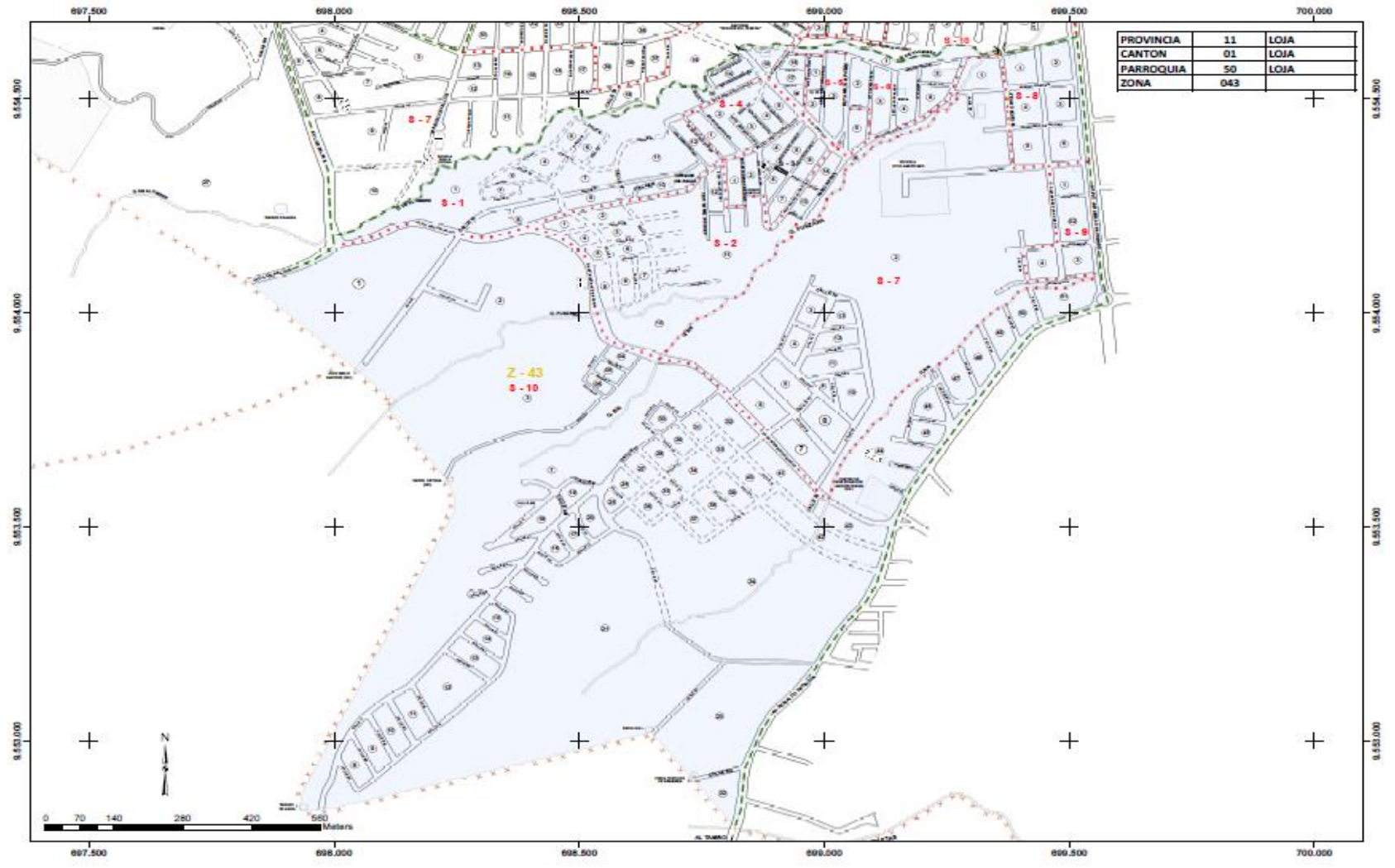












PRINCIPALES OFERENTES DE CAMISAS EN LA CIUDAD DE LOJA

Anexo Nº 3

Nº	Nombre	Dirección
1	Almacén de Ropa Eg-gos	18 de Noviembre y Rocafuerte
2	Alexandra Álvarez Store	Centro Comercial Multiplaza
3	Confecciones Arévalo (Almacén de Ropa)	Av. 10 de Agosto y Sucre
4	TOXIC Boutique	Sucre entre José Antonio Eguiguren y Colon.
5	Boutique LEXXUS	Bernardo Valdivieso y Rocafuerte
6	Boutique Gasoline	Bolívar entre Miguel Riofrío y Azuay
7	Negrita Boutique	Olmedo y Colon Esq.
8	Boutique Miami Sport	Bolívar entre Rocafuerte y 10 de agosto
9	SQUARE Aulet Boutique	Manuel Agustín Aguirre y Azuay
10	Comercial el Éxito (Almacén de ropa)	Ramón Pinto entre Rocafuerte y Miguel Riofrío
11	Sweters	Colon entre 18 de Nov. y Sucre
12	Pinto	Centro Comercial Multiplaza
13	Distribuidora Mandee	Av. Bolívar y Av. Mercadillo Esq.
14	Distribuidora Ruiz	Vía Occidental de Paso y Clotario Paz
15	Boutique El Conde	Sucre y Colón
16	Factory Boutique	J. Antonio Eguiguren entre 18 de Noviembre y Sucre
17	X- trem Sport	10 de Agosto entre 18 de Nov. y Sucre.
18	Comercial Only	10 de Agosto. Entre 18 de Nov. Y Sucre (junto a Valto)
19	Cristal Boutique	Catacocha y Ramón Pinto
20	Comisariato de la Camisa (Almacén de Ropa)	Av. 10 de Agosto entre Sucre y 18 de Nov
21	Boutique D'Moda	10 de agosto entre Bernardo y olmedo
22	Boutique Genesis	Av. Sucre entre Colon y José Antonio Eguiguren
23	ARELDI Boutique	Sucre y José Antonio Eguiguren Esq.
24	Trajes Ojeda (Almacén de Ropa)	Sucre entre colón e Imbabura
25	Almacén Ortiz	18 de noviembre entre Azuay y mercadillo
26	JET SET Boutique	Sucre y Rocafuerte
27	Hermes Boutique	Sucre entre 10 Agosto y J.A. Eguiguren (H. Acapulco)
28	The Thor Boutique	Sucre entre J.A. Eguiguren y Colon
29	Metro Fashión Boutique	Av. Bolívar y Miguel Riofrío
30	American Shopping Boutique	Sucre y Rocafuerte
31	Boutique CoVatex	Av. Bernardo Valdivieso y Azuay Esq.
32	Stefany's Boutique	Miguel Riofrío entre sucre y bolívar
33	Boutique Cacao	Sucre y 10 de agosto
34	Identidad Boutique	Av. Alonso de Mercadillo y Av. Universitaria
35	VATEX Boutique	Centro Comercial Multiplaza.
36	Lee Boutique	Rocafuerte entre 18 de noviembre y sucre
37	Evolution Boutique	Av. 10 de Agosto entre 18 de Nov. y Sucre
38	Red Aulet Boutique	Lourdes entre Sucre y 18 de Noviembre
38	Almacén Rocosa	Sucre entre 10 de Agosto y Rocafuerte
40	Mega Store Fashion Style (Almacén de Ropa)	10 de Agosto entre Sucre y Bolívar
41	NYK Boutique	Bolívar y 10 de Agosto
42	Kulture Boutique	Lourdes entre Sucre y 18 de Noviembre
43	Trendy By Dreams	Bolívar entre Rocafuerte y Miguel Riofrío
44	Manuel Chalan Almacén-Sastrería	Bolívar entre Colón e Imbabura

Fuente: CADECOL 2013 (Cámara de Comercio de Loja)

23. Cuando usted adquiere la “Camisa”. ¿Cuánto paga por ella?

PAGO MÍNIMO		PAGO MÁXIMO	
7 USD – 10 USD	()	7 USD – 10 USD	()
11 USD – 20 USD	()	11 USD – 20 USD	()
21 USD – 30 USD	()	21 USD – 30 USD	()
31 USD – 40 USD	()	31 USD – 40 USD	()
41 USD – 50 USD	()	41 USD – 50 USD	()
51 USD – 60 USD	()	51 USD – 60 USD	()

24. Al momento de comprar la “Camisa” en esta ciudad. ¿Qué toma en cuenta?

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

Otros.....

25. ¿Cómo considera la calidad de la camisa que actualmente se comercializa en la ciudad de Loja?

Excelente () Mala ()
 Buena () Regular ()

26. ¿En qué lugar(es) de preferencia compra la “Camisa”?

Ferias () Almacén de Ropa ()
 Centro Comercial () Por Catálogo ()
 Boutiques () Por Internet ()

Otros.....

27. ¿De qué material compra la “Camisa”?

Fibras Naturales () Material Sintético ()
 Material Lycrado ()

28. ¿Qué tipo de “Camisa” utiliza?

Manga Larga () Slim-Fit(camisa ajustada) Manga Larga ()
 Manga Corta () Slim-Fit (camisa ajustada) Manga Corta ()

29. Si se implementara una Empresa de Confección y comercialización de “Camisas Slim-Fit”. ¿Usted estaría dispuesto adquirir los productos y modelos que esta ofrecería?

Si () No ()

Porque.....

30. ¿Preferentemente en qué color(es) prefiere la “Camisa” Slim-Fit?

.....

31. ¿Cómo prefiere la “Camisa” SLIM-FIT?

Cuadros ()
 Líneas ()
 Color Entero ()

32. ¿Qué medios de comunicación cree usted que es más factible para dar a conocer la “Camisa” Slim-Fit?

Radio () Afiches () Prensa Escrita ()
 Televisión () Vallas Publicitarias ()
 Hojas Volantes () Redes Sociales ()

Otros.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



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

ENCUESTA

Estimado señor(a) le rogamos de la manera más comedida se digne responder el siguiente cuestionario, información que servirá para el desarrollo del trabajo de tesis titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISAS SLIM-FIT PARA HOMBRES EN LA CIUDAD DE LOJA”.

Nombre de su Empresa:.....

1. ¿Qué tipo de negocio tiene?

- Boutiques ()
- Almacén de Ropa ()
- Comercializadora ()

2. ¿Cuánto tiempo lleva su negocio en el mercado?

- 1 año – 5 años ()
- 6 años – 10 años ()
- 11 años – 15 años ()
- 16 años – 20 años ()
- 21 años – 25 años ()

3. ¿Comercializa Camisas Slim-Fit para hombres? En caso de que su respuesta sea “SI” indique el tiempo que lleva comercializando esta prenda de vestir

Si () No ()

Tiempo.....

4. De acuerdo a la frecuencia con que compra camisas, indique la cantidad promedio que adquiere.

FRECUENCIA	CANTIDAD
Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

5. ¿Cuál es el promedio de Camisas vendidas mensualmente?

.....

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

7 USD – 10 USD	()	31 USD – 40 USD	()
11 USD – 20 USD	()	41 USD – 50 USD	()
21 USD – 30 USD	()	51 USD – 60 USD	()

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

Radio ()

Televisión ()

Hojas volantes ()

Afiches ()

Vallas publicitarias ()

Redes Sociales ()

Prensa Escrita ()

Otros.....

8. ¿Cuál es el origen de las camisas que usted comercializa?

Nacional () Importado ()

Indique el motivo.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



PROYECCIÓN DE LAS TASAS DE INFLACIÓN ANUAL (Proyección 2012 - 2022)



INFLACIÓN EN AMÉRICA LATINA (Porcentajes, 2012)



En diciembre 2012, la tasa de inflación del Ecuador (4.16%) se ubicó por debajo del promedio de América Latina (5.10%).



ÍNDICE

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
Abstract	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISION DE LITERATURA	11
e. MATERIALES y MÉTODOS	44
f. RESULTADOS	49
g. DISCUSIÓN	80
h. CONCLUSIONES	212
i. RECOMENDACIONES	215
j. BIBLIOGRAFIA	216
k. ANEXOS	217
ÍNDICE	277