



1859

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TÍTULO:

“Elaboración de un Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa de Confección y Comercialización de Vestidos de Gala, en la Ciudad de Loja”.

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas.

AUTORA:

Beatriz Isabel Vargas Guarnizo

DIRECTOR:

Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz MAE

LOJA – ECUADOR

2016

## CERTIFICACION

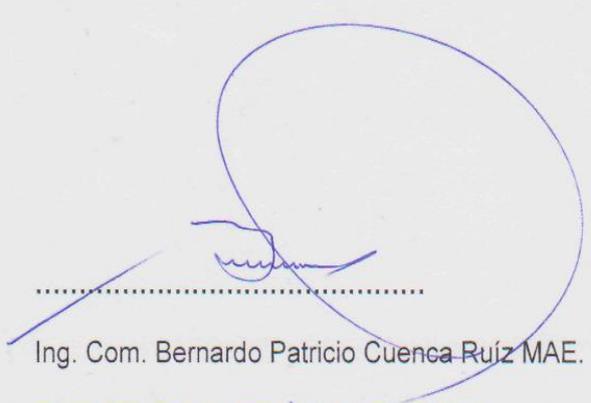
Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz MAE.

**DIRECTOR DE TESIS**

### CERTIFICA

Que el presente trabajo de investigación denominado **“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE GALA, EN LA CIUDAD DE LOJA”** autoría de BEATRIZ ISABEL VARGAS GUARNIZO, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas ha sido realizado bajo mi supervisión y luego de haber cumplido con las sugerencias y observaciones realizadas, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, noviembre de 2016



.....  
Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz MAE.

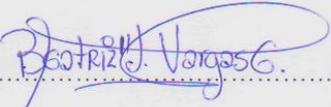
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TESIS**

## AUTORIA

Yo, Beatriz Isabel Vargas Guarnizo, declaro ser autora del presente trabajo de tesis de grado y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**Autora:** Beatriz Isabel Vargas Guarnizo

**Firma:** .....

**Cédula:** 0705128189

**Fecha:** Loja, noviembre de 2016

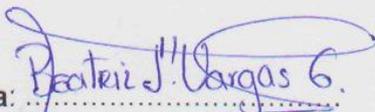
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA,  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo Beatriz Isabel Vergas Guarnizo, declaro ser autora de la tesis titulada "ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE GALA, EN LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar al grado de **Ingeniera en Administración de Empresas**; autorizo 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 08 días del mes de noviembre del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma: 

**Autor:** Beatriz Isabel Vergas Guarnizo

**Cédula:** 0705128189

**Dirección:** Loja, Calle Catacocha entre Sucre y Bolívar.

**Correo Electrónico:** beatrizvargas8@hotmail.com

**Celular:** celular 0990357984

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz MAE

**Tribunal de grado:**

- Ing. Ney Alfredo Gallardo Mg. Sc.      Presidente:
- Ing. Oscar Gómez Cabrera Mg. Sc.      Vocal:
- Ing. Sergio M. León Pineda              Vocal:

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar este proyecto de investigación, a mis padres por estar pendientes de mí, a mi hija Sofía por darme fuerzas para salir adelante y poder brindarle un buen futuro y a todas las demás personas que estuvieron pendientes día a día, a todos ellos les debo todo cuanto soy y lo que más tarde seré.

**LA AUTORA**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente doy gracias a Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad, gracias a mi universidad por darme la oportunidad de formarme como profesional, a cada uno de mis docentes por compartir sus conocimientos, brindarme sus consejos y ayuda.

Mi especial agradecimiento a mis padres por estar siempre pendientes a lo largo de mi vida.

Por ultimo agradezco el esfuerzo de este trabajo a todas las personas que directa e indirectamente me han apoyado, a todos ellos les extiendo mis más sinceros agradecimientos.

**LA AUTORA**

**a. TÍTULO.**

**“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE GALA, EN LA CIUDAD DE LOJA”.**

## **b. RESUMEN.**

Destacando la importancia de la actividad productiva en la ciudad de Loja y de la necesidad de contar con una empresa de confección y comercializadora de vestidos de gala, con sus respectivas implicaciones e impactos positivos, se procedió a considerar la factibilidad de implementar una “empresa de vestidos de gala”, desde un punto de vista industrial.

El proyecto nace de la demanda insatisfecha de la ciudad de Loja, previo a un estudio y análisis del mercado. Con lo que se plantea el siguiente objetivo general: Elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de confección y comercialización de vestidos de gala en la ciudad de Loja y como objetivos específicos: Desarrollar un estudio de mercado el mismo que permita determinar la demanda, la oferta de los vestidos de gala en la ciudad de Loja. Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización e ingeniería del proyecto. Establecer la estructura orgánica y administrativa requerida por la empresa considerando los aspectos legales que se ajusten al tipo de empresa. Establecer un estudio financiero, las fuentes de financiamiento y diseñar la evaluación financiera del proyecto considerando los indicadores financieros para ver si el proyecto es factible o no a ser ejecutado.

Los métodos y técnicas de investigación utilizados fueron el método inductivo, método deductivo, el método descriptivo, como técnicas se utilizó

la observación directa, la encuesta fue aplicada a la población femenina ente 15 a 64 de la ciudad de Loja a una muestra de 382 personas los resultados fueron tabulados graficados e interpretados, de igual forma se aplicó encuestas a la oferta a 28 locales comerciales de esta clase de productos datos que permitieron llegar a establecer las correspondientes conclusiones y recomendaciones.

Mediante el estudio de mercado se demostró que existe una demanda efectiva de 23.568 vestidos de gala, manteniendo una oferta en el mercado de 9.854 vestidos de gala demostrándose que existe una demanda insatisfecha en la ciudad de Loja de 13,714 vestidos de gala al año.

Con el estudio de mercado se establecieron algunas técnicas de mercadeo enfocadas al marketing mix, las 4 p's (producto, precio, plaza y promoción) que le permitirá a la futura empresa poder posicionarse en el mercado de la ciudad de Loja.

Con el estudio técnico se llegó a analizar el tamaño y localización de la empresa, la capacidad instalada y utilizada, así como la mejor ubicación dentro de la ciudad, mediante evaluación y ponderación se determinó que la mejor ubicación es en la ciudad de Loja, la misma que se encuentra ubicada en la calles Sucre entre Mercadillo y Lourdes, ya que cuenta con las mejores condiciones para que una empresa de esta categoría se pueda desarrollar con facilidad

El estudio administrativo efectuado para la futura empresa permitió definir sus organigramas estructural, funcional y posicional, el manual de funciones permitirá determinar las funciones y responsabilidades de cada uno de los elementos que la conforman y su estructura legal que consta la razón social de la empresa “Modas Isabel” compañía limitada.

A través del análisis financiero se determinó el presupuesto requerido para la puesta en marcha del proyecto así como su financiamiento requiriéndose una inversión inicial de 17.939,38 dólares, la misma tendrá dos tipos de inversión una inversión propia de 10.939,38 dólares correspondientes al 60,98% y un capital financiado a través del BANEQUADOR de 7.000, correspondientes al 39,02% el proyecto tiene una capacidad utilizada del 90% de su capacidad instalada dando un total de 1.872 vestidos de gala al año, con un incremento anual de un 2% llegando al último año de vida útil al 98%, los costos totales para el primer año será de \$ 101.057,80, lo cual determina un costo unitario de \$ 53,98 por cada vestido de gala, el margen de utilidad del 20% lo que da un precio de venta al público de \$ 64,78 y un total de ingresos de \$121.269,36; el punto de equilibrio para el primer año en función de la capacidad instalada estará en el 60,62%, y en función de las ventas estará en \$81.586,95.

Los indicadores financieros fueron proyectados para los 5 años de vida útil del proyecto como son:

El VAN tendrá un valor de \$ 26.638,68 valor que acumulara la empresa una vez recuperada la inversión, la TIR es de 55,85% la misma que supera al costo de capital de es de 11,15%, el periodo de recuperación del capital se dará en 1 años, 3 meses y 21 días, en la relación beneficio costo se obtiene un valor de 0,20 centavos de dólar por cada dólar invertido, con el análisis de sensibilidad se demuestra que el proyecto soporta 12,13% de incremento en sus costos sin afectar a su rentabilidad y del 10% en la disminución de sus ingresos, su sensibilidad es del 0,99, lo que determina que el proyecto no es sensible. Por lo antes dicho se demuestra que es recomendable la implantación del proyecto.

De la misma manera se exponen sus conclusiones y recomendaciones, bibliografía, anexos e índice.

## **ABSTRACT.**

Stressing the importance of productive activity in the city of Loja and the need to have a clothing manufacturer and marketer of ball gowns, with their implications and positive impacts, it proceeded to consider the feasibility of implementing a "company gowns ", from an industrial point of view.

The project stems from the unmet demand for the city of Loja, prior to a market study and analysis. Preparation of a feasibility project for the implementation of a company manufacture and marketing of ball gowns in the city of Loja and specific objectives: bringing the following overall objective is proposed to develop a market study it in order to establish demand, the supply of ball gowns in the city of Loja. Conduct technical study to determine the size, location and project engineering. Establishing the organizational and administrative structure required by the company considering the legal aspects that fit the type of company. Establish a financial study, financing sources and design financial evaluation of the project considering the financial indicators to see if the project is feasible or not to be executed.

Methods and research techniques used were the method, the inductive method, deductive method, descriptive method, as techniques direct observation was used, the survey was applied to the female population being 15 to 64 of the city of Loja to a sample 382 people were tabulated

results graphed and interpreted, similarly applied to surveys supply 28 commercial products of this kind of data that allowed reaching establish the corresponding conclusions and recommendations.

Through market research it showed that there is an effective demand of 23,568 gowns, maintaining market supply of 9,854 gowns demonstrating that there is an unmet demand in the city of Loja of ball gowns 13,714 a year.

With the market study some marketing techniques focused on marketing mix were established, the 4 p's (product, price, place and promotion) that will allow the future company to position itself in the market town of Loja.

With technical study came to analyze the size and location of the company, installed and used capacity and the best location within the city, through evaluation and weighting was determined that the best location in the city of Loja, the same that is located in Sucre streets between Market and Lourdes, as it has the best conditions for a company in this category can be developed easily

The administrative survey conducted for future company allowed to define their structural, functional and positional flowcharts, manual functions will determine the roles and responsibilities of each of the elements that

comprise it and its legal structure comprising the member name of the company " Isabel fads "limited company.

Through financial analysis determined the budget required for the implementation of the project and its financing requiring an initial investment of \$ 17,939.38, the same two types of investment will own investment of \$ 10,939.38 for the 60, 98% and equity funded through the BANECUADOR 7000, corresponding to 39.02% the project has a capacity utilization of 90% of its installed capacity for a total of 1,872 gowns a year, with an annual increase of 2 % reaching the last year of life to 98%, total costs for the first year will be \$ 101,057.80, which determines a unit cost of \$ 53.98 per gown, the profit margin of 20% q gives the retail price of \$ 64.78 and a total income of \$ 121,269.36; breakeven for the first year depending on the installed capacity will be 60.62%, and depending on sales will be \$ 81,586.95.

Financial indicators were projected for the 5 year life of the project such as: The NPV will be worth \$ 26.638,68 accumulate value the company once recovered investment, IRR is 55.85% the same as that exceeds the cost of capital is 11.15%, the recovery period Capital will be in 1 year, 3 months and 21 days, the cost benefit worth 0.20 cents for every dollar invested, with the sensitivity analysis shows that the project supports is obtained 12.13% increase in costs without affecting its profitability and 10% in reducing their income, their sensitivity is 0.99, which determines that the project is not sensitive. So before this it shows that it is advisable to implement the project.

Likewise its conclusions and recommendations, bibliography, appendixes and index are exposed.

### **c. INTRODUCCION.**

El presente trabajo investigativo para la obtención del título de ingeniera comercial está enfocado a la elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de confección y comercialización de vestidos de gala, en la ciudad de Loja.

El motivo de la realización del presente estudio surge en base a la ausencia de empresas que se dediquen a la confección y comercialización de prendas de vestir en nuestro medio, por lo que se propone realizar la presente idea de negocio que permita fortalecer el desarrollo económico generando fuentes de trabajo y motive una tendencia de calidad y buen gusto en el uso de prendas de vestir en el mercado.

El presente trabajo de investigación se estructura de la siguiente manera, en primera instancia consta de un estudio de mercado el mismo que permitió determinar la aceptación, gustos y preferencias por los vestidos de gala en la ciudadanía lojana, se aplicaron encuestas tanto para la demanda como a locales que confeccionan vestidos de gala.

Con la realización del estudio permitió determinar que el mercado requiere un producto innovador con valor agregado y con altos estándares de calidad, los vestidos de gala tendrán una presentación de un forro y

armador para su protección y traslado bajo la marca de “Modas Isabel” Cía. Ltda.

Para la publicidad de la empresa se tomó las consideraciones de los encuestados la misma que menciono que se tiene preferencia por la radio y la prensa escrita con mayor aceptación en el medio local.

Los presupuestos de inversión, se estructuro en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, dándonos un total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto, el sistema de financiamiento de la inversión se hará a través de dos tipos de inversión una interna y otra externa con crédito bancario del BANECUADOR, con una tasa de interés preferencial para la ejecución de esta clase de proyectos.

Con el estudio técnico se estableció el tamaño y localización con la finalidad de determinar la capacidad de producción de los vestidos de gala. La ingeniería del proyecto se refiere a la parte técnica, operativa y de producción además incluye la selección de procesos de dotación del servicio, especificación de equipos, estructuras y recursos humanos, entre otros.

En el estudio organizacional del proyecto se determinó su estructura orgánica funcional y posicional, con una base legal y su manual de funciones.

El estudio financiero permitió determinar los recursos económicos necesarios para la instalación y funcionamiento de la empresa, así como las fuentes donde se obtendrán los recursos económicos, tanto internos como externos, que son la base fundamental para la ejecución del proyecto, el mismo que cuenta con una inversión total respaldada de los respectivos presupuestos, los costos de producción, costos unitarios e ingresos por ventas, luego se detallan los estados financieros, hasta llegar a la evaluación financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto con sus respectivos indicadores financieros, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (B/C), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad, tanto con incremento en los costos y con disminución en sus ingresos.

Lo que demuestra que el proyecto en estudio es factible de realizarse y por ende es conveniente su ejecución.

Finalmente, se determinaron las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó a más de sus anexos e índice de contenidos.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA.**

### **Antecedentes.**

#### **Historia de la tela.**

Una tela es una estructura laminar flexible, resultante de la unión de hilos o fibras de manera coherente al entrelazarlos o unirlos por otros medios.

El arte de la tejeduría se desarrolla en el siglo XII. En el XIX se perfeccionan las máquinas de hilandería comenzando así a sentirse los efectos positivos de la revolución industrial. Se desarrollan luego las lanas vírgenes, cachemira, seda, lino, algodón. Actualmente se conoce una gran variedad de telas como fieltros, de punto, de trama, de Jeans, brocados, de encaje, tul, tafetán, permeables, etc.

#### **Diseño de Modas.**

El diseño de modas es el arte para el diseño de ropa y accesorios creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período de tiempo específico con varios fines entre ellos:

**Fin estético:** Pretende crear una respuesta en quién lo observa siendo la belleza su único eje.

**Fin económico:** Diseño de una cobertura en perfecta armonía con la fisiología humana, haciendo que ésta mejore en uno o varios aspectos.

**Fin de personalidad:** Mediante la cobertura se sugiere un tipo de vida, inclinaciones políticas, culturales, religiosas o de carácter.

**Fin de situación:** Analizando el envoltorio se sitúa al individuo en un contexto histórico y geográfico concreto.

**Fin emotivista:** Mediante la imagen que se proyecta, se induce una respuesta emotiva.

Se considera generalmente que el diseño de modas nació en el siglo XIX con Charles Frederick Worth, quien fue el primero en coser a las prendas una etiqueta con su nombre.

Los diseñadores de modas crean ropa y accesorios. Algunos de alta costura son independientes laboralmente y diseñan para clientes individuales. Sin embargo, la mayoría de los diseñadores de modas trabajan para fabricantes de ropa, creando diseños para hombres, mujeres y niños en el mercado masificado.

Existen tres tipos de diseño de modas:

## **Alta Costura.**

El tipo de moda que predominó hasta los años 1950 fue la moda "hecha a medida" o haute couture (francés para "alta costura"). El término "hecho a la medida" puede ser usado para cualquier prenda que sea creada para un cliente en particular.

Una prenda de alta costura está hecha por orden de un cliente individual, y usualmente de textiles costosos de alta calidad, confeccionada con extrema atención en los detalles y el acabado, generalmente usando técnicas a mano que toman mucho tiempo.

## **Moda lista para llevar.**

La moda "lista para usar" es un punto medio entre alta costura y mercado de masa. No está hecha para clientes individuales, pero se toma gran cuidado en la elección y el corte de la tela. La ropa está confeccionada en pequeñas cantidades para asegurar la exclusividad, por lo cual es más bien costosa. Las colecciones de prendas listas para usar son usualmente presentadas por casas de modas en cada temporada durante un período.

## **Mercado de masa.**

Actualmente la industria de moda cuenta sobre todo con las ventas del mercado de masa. Este cubre las necesidades de un amplio rango de

clientes, produciendo ropa lista para usar en grandes cantidades y tamaños estándar. Materiales baratos usados creativamente producen moda accesible.

### **Entorno industrial textil en el Ecuador.**

En la década de los cincuenta se inició la industria textil ecuatoriana la misma que se remonta a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

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

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

## Cuadro N° 1

### Mayor actividad textilera

<b>Imbabura</b>	54,99%
<b>Chimborazo</b>	15,02%
<b>Azuay</b>	11,65%
<b>Carchi</b>	10,83%
<b>Tungurahua</b>	5.15%
<b>Otras</b>	1,36%

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado: La Autora

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

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

### **Entorno macroeconómico.**

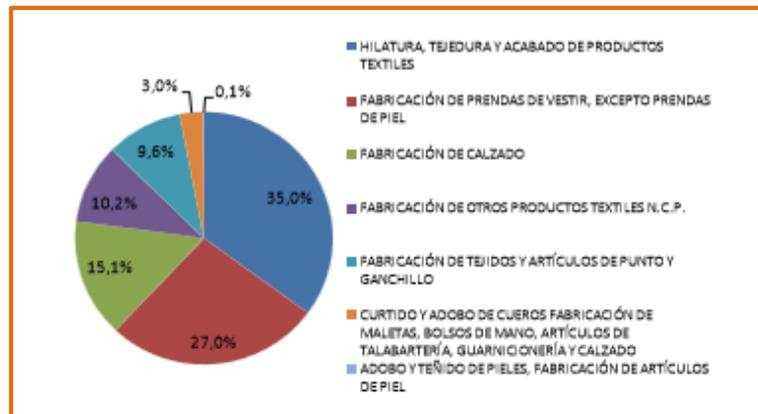
De los resultados de la encuesta de manufactura y minería se desprende que en 2007 la producción total de la industria dedicada a la fabricación de

productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero representó el 3,5% de la producción manufacturera total. Sin embargo, en promedio en el mismo año el producto por empresa de este sector fue de 3,28 millones de dólares, uno de los más bajos de la industria manufacturera.

Al interior de la industria textil, el sector de mayor aporte es el de hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles, éste subsector concentra el 35% de la producción del sector. Al interior de la industria textil las prendas de vestir aportan un 27% de la producción.

**Gráfico N° 1**

**Producción de la industria de productos textiles prendas de vestir y artículos de cuero según sus componentes**



**Fuente.** INEC encuesta de manufactura y minería 2010

**Elaboración:** La autora

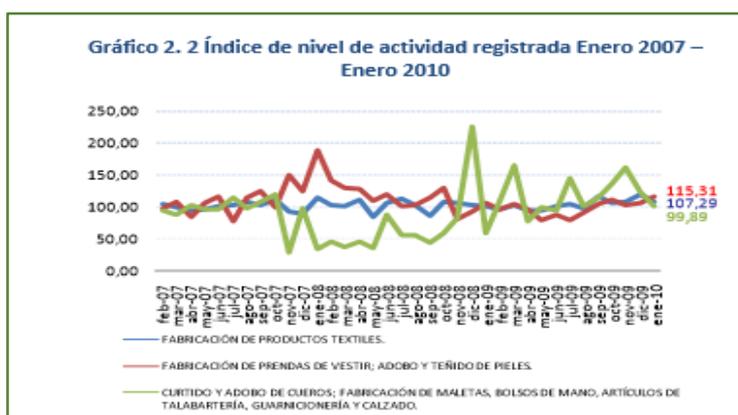
El 83,7% de la producción de la industria textil corresponde a las grandes empresas las cuales representan el 79,9% de las manufacturas del sector. A diferencia de otras industrias donde gran parte de la producción se concentra en manos de pocas empresas, en este sector se evidencia lo contrario reflejándose cierto nivel de competencia.

## Crecimiento económico.

En enero de 2010, el desempeño económico medido a través del Índice de nivel de actividad registrada (INA-R) muestra, en las actividades relacionadas a la fabricación de productos textiles y la elaboración de prendas de vestir, niveles superiores al índice general (105,32) y al índice de la industria manufacturera (104,21), lo cual indica un buen desempeño de las ventas del sector textil.

### Gráfico N° 2

Índice de nivel de actividad registrada Enero 2010



Fuente. INEC encuesta de manufactura y minería 2010  
Elaboración: La autora

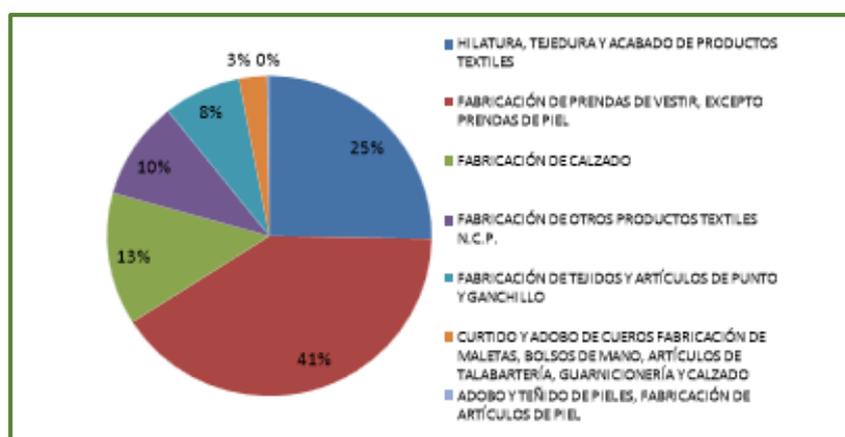
Se aprecia en 2008 un descenso paulatino de la tasa de crecimiento anual del indicador de manufactura y minería INEC 2010, alcanzando en noviembre del mismo año el valor más bajo del periodo 2007-2010, sin embargo, en 2009 se registra una recuperación consiguiendo a inicios de 2010 un valor positivo.

Dicha recuperación podría atribuirse al incremento arancelario decretado por el Gobierno a ciertos artículos del sector textil a inicios de 2009, lo cual habría generado estímulo y dinamismo en el desempeño de las ventas de las industrias nacionales.

### **Mercado laboral.**

La industria textil es una importante fuente generadora de empleo, en 2007 el 11,50% del personal ocupado en la industria manufacturera fue parte de este sector, siendo la fabricación de prendas de vestir la que captó más mano de obra.

**Gráfico Nº 3**  
**Personal ocupado en la industria de fabricación de productos textiles prendas de vestir y artículos de cuero.**



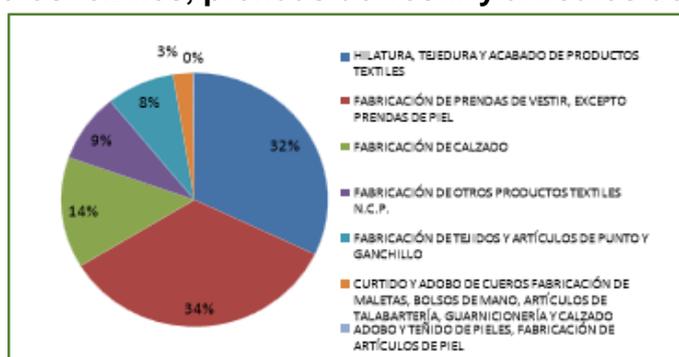
**Fuente.** INEC encuesta de manufactura y minería 2010  
**Elaboración:** La autora

El 77,93% del personal ocupado en la industria textil son obreros de los cuales el 20,83% son hombres. Es importante destacar la participación del

sexo femenino en la industria dedicada a la fabricación de prendas de vestir, adobo y teñido de pieles; donde el 57,10% de obreros son mujeres. En relación a las remuneraciones, las pagadas al personal ocupado en la industria textil representan el 7,48% de las remuneraciones de toda la industria manufacturera, sin embargo tiene uno de los promedios de remuneraciones anuales por trabajador más bajos (\$5.971).

Las remuneraciones pagadas en la industria dedicada a la fabricación de prendas de vestir y la industria de hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles son las que mayor aporte tienen en relación al valor pagado por remuneraciones de toda la industria textil. Sin embargo, en términos relativos (pago en remuneración / número de empleados) el promedio anual es similar en todo el sector.

**Gráfico N° 4**  
**Remuneraciones pagadas en la industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir y artículos de cuero.**



**Fuente:** INEC encuesta de manufactura y minería 2010  
**Elaboración:** La autora

### **Evolución de la producción.**

El comercio mundial de textiles está liderado por China y la Unión Europea en lo que se refiere a los principales exportadores, con una participación

del 38,2% y 33,4% respectivamente. Para el año 2010, China exportó textiles por un valor de USD 77 miles de millones, mientras que la Unión Europea alcanzó un valor de USD 67 miles de millones.

### **Producción nacional.**

La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social-económica entre sus habitantes.

En el año de 1999, este sector ha mantenido una participación promedio de entre 1% y 2% en el PIB total, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador. En cambio, dentro de la industria manufacturera, su participación promedio es de alrededor del 15,87% con respecto al PIB.

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

### **Producción local.**

En la ciudad de Loja no existen empresas productoras de textiles y sus derivados, esta materia prima es importada de Pichincha, Imbabura,

Tungurahua, Azuay y Guayas; así como del exterior por casas comercializadoras como: Gran Colombiano, D Córtes, Calva & Calva.

### **Principales proveedores.**

Las empresas se encuentran ubicadas en los siguientes puntos:

**Cuadro N° 2  
Proveedores**

<b>Empresas</b>	<b>Ciudad</b>
Almacenes Patricia	Loja/ Distribuidores
Gran Colombiano	Loja/ Distribuidores
Cormatex	Guayaquil
Cortyvis Cia Ltda	Quito
Pintex	Guayaquil
Sajador	Guayaquil
Almacen Cyty	Quito
El Costurero	Guayaquil

**Fuente:** Guía textil del Ecuador

**Elaborado:** La Autora

## **MARCO CONCEPTUAL.**

### **Empresa.**

(GUILLERMO, Sala Parres, 2015) Una empresa es un ente que a partir de materia primas, gracias a unos factores productivos y con una adecuada organización, obtiene unos bienes o servicios capaces de satisfacer necesidades en la gente y que por eso precisamente los adquiere, lo que reporta a la empresa un beneficio.

### **Clasificación de empresa.**

(MONCAYO & Bruque, 2011) Según la naturaleza de la actividad económica que desarrolla la empresa se distinguen en:

- ✓ **Empresa del sector primario:** tratan los recursos directamente presentes en la naturaleza, como por ejemplo, la empresa, agrícolas o ganaderas.
  
- ✓ **Empresa del sector secundario:** realizan una actividad de transformación, como por ejemplo empresa industrial.
  
- ✓ **Empresa del sector terciario:** relacionadas con la prestación de servicios, por ejemplo: empresa de transporte, comunicaciones y transporte.

## **Proyecto de inversión.**

(CORDOVA Padilla, 2012) Un proyecto de inversión es un conjunto de estudios mediante los cuales se formaliza una idea de negocios que tiene por objeto implementar la producción de un bien o servicio y resolver una necesidad humana.

## **Tipos de Proyecto**

### **Proyecto de Inversión Privado.**

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que se espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos, sean estos bienes o servicios.

### **Proyecto de Inversión Pública o Social.**

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) Son todas aquellas iniciativas promovidas por entidades del gobierno y que tienen como objetivo solucionar problemas de índole social o económica.

## **ESTUDIO DE MERCADO.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Se denomina a la primera parte de la investigación formal de la investigación. Consta de la determinación y

cuantificación de la demanda y la oferta el análisis de precios y el estudio de la comercialización.

(Còrdoba, Padilla, 2011) En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.

Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

### **Análisis de la demanda.**

(MORALES & Antonio, 2009), es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual será el proyecto. Consiste en determinar la cantidad de producto que necesita el mercado para satisfacer la demanda en el momento actual y durante la vida útil del proyecto.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

A la demanda se la puede considerar de varios puntos de vista como son:

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

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

**Demanda Efectiva:** Cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones productos de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirían que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

### **Estudio de la Oferta.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Es la cantidad de bienes o servicio que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

### **Oferta.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) El propósito que persigue el análisis de la oferta 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.

### **Marketing Mix.**

(KOTLER Philips, 2006) Son las herramientas que utilizan la empresa para implementar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos; estas herramientas son conocidas también como las cuatro P del Marketing.

### **Producto.**

(SAPAG & Reinaldo, 2013), es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles ( empaque, color, precio, calidad, servicios, marca y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores ( reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

### **El precio.**

(SAPAG & Reinaldo, 2013), es la cantidad monetaria a lo que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda está en equilibrio.

## **Plaza.**

(SAPAG & Reinaldo, 2013) La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y servicio. Es importante conocer que para la comercialización se utiliza los canales de distribución los cuales están concebidos como el camino que siguen los productos a pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y en función del cual se puede incrementar su valor.

## **Promoción.**

(SAPAG & Reinaldo, 2013) La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordar al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario. Las empresas promocionan sus productos y su imagen ante el mercado. Una empresa nueva necesita antes de nada promocionarse para que el mercado se entere de su existencia y poder vender sus productos.

## **ESTUDIO TÉCNICO.**

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) Se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto además, se

define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las operaciones a realizar para que el proyecto inicie su operación.

### **Tamaño de un proyecto.**

(SAPAG Nassir, 2011) El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de consultas médicas que atender, la cantidad de empresas a las que prestar servicios contables o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo.

### **Capacidad.**

(PADILLA, 2006) Se establece la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo.

### **Capacidad instalada.**

(VARGAS Sanchez, 2006) Es el conjunto de recursos productivos de que dispone la empresa y pueden ser utilizados para producir. Estos recursos pueden ser naturales, instalaciones, líneas de producción de la misma o diferente tecnología, conocimiento, permisos y licencias.

### **Capacidad utilizada.**

(ROSENBERG J M, 2012) Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado. En proyectos nuevo está normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio período de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

### **Localización del proyecto.**

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) Se define la macro localización y la micro localización del proyecto en función a la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible.

### **Macro localización.**

(MEZA Orozco, 2013) Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

### **Micro localización.**

(MEZA Orozco, 2013) Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad.

### **Ingeniería de proyectos.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) El objetivo general de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

### **Descripción del producto.**

(Cuellar G, 2011) La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos), que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación.

### **Proceso de producción.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a

partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura.

### **Distribución de la Planta.**

(REYES Ponce Agustín, 2010) La misión del diseñador es encontrar la mejor ordenación de las áreas de trabajo y del equipo en aras de conseguir la máxima economía en el trabajo al mismo tiempo que la mayor seguridad y satisfacción de los trabajadores. La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal.

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL.**

(CORDOVA Padilla, 2012) El diseño de la estructura organizativa requiere fundamentalmente de la definición de la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización. Al caracterizar de esta forma cada cargo de ella, se podrá estimar el costo en remuneraciones administraciones del proyecto. Para esto será preciso diseñar las características del trabajo y las habilidades para asumir los deberes responsabilidades.

### **Base Legal.**

(ROSALES A, 2005) Toda empresa para su libre operación debe reunir

ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

### **Acta constitutiva.**

(ROSALES A, 2005) 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.**

(ROSALES A, 2005) 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.**

(ROSALES A, 2005) 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.

### **Objeto de la sociedad.**

(ROSALES A, 2005) Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios,

ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

### **Capital social.**

(ROSALES A, 2005) Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

### **Tiempo de duración de la sociedad.**

(ROSALES A, 2005) Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

### **Administradores.**

Según (ROSALES A, 2005), manifiesta que ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

## **Estructura Empresarial.**

(VASQUEZ Victor Hugo, 2015) Es la forma que adopta la empresa estableciendo pautas de coordinación e la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades que se realizan diariamente

## **Organigrama.**

(GOMEZ Guillermo, 2012), los organigramas son representaciones gráficas de los diferentes niveles de autoridad, que van de mayor a menor jerarquía. Cada puesto se representa por medio de un rectángulo que encierra el nombre del puesto y en ocasiones el nombre de quien lo ocupa: la unión de los cuadros mediante líneas representa los canales de autorización y responsabilidad.

Los organigramas son útiles instrumentos de organización y nos revelan:

- Interpretación
- La división de funciones.
- Los niveles jerárquicos.
- Las líneas de autoridad y responsabilidad.
- Los canales formales de la comunicación.
- La naturaleza lineal o asesoramiento del departamento.

- Los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.
- Las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa en cada departamento o sección de la misma.

### **Tipos de Organigrama.**

Para (FISICO M, 2016), existen algunos tipos de organigrama:

- ✓ **Estructurales:** Representan las unidades que componen la empresa.
- ✓ **Funcionales:** Indica las funciones que se desarrollan en las unidades.
- ✓ **Personales:** Especifican las diferentes personas y su posición en la organización.

### **Manual de Funciones.**

Es un documento que se prepara en una organización con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de sus funcionarios. En este manual se agrupan todas las actividades relacionadas con el funcionamiento y operación de la institución o de unidad organizativa específica. Este manual documenta los conocimientos, experiencia y tecnología de la institución, para hacer frente a sus retos y funciones, con el propósito de cumplir adecuadamente con su misión.

## **ESTUDIO FINANCIERO.**

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

### **Inversiones.**

(Nicolas & Eduardo, 2014) Se refieren a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto y que representa desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital, tales como terreno, edificio, maquinarias y equipos. Es importante destacar q deben incluirse los costos de transporte y los costos de instalación relacionados. Así mismo se deben incluir como parte de las inversiones los incrementos en el capital de trabajo de la empresa causado por el proyecto.

### **Inversiones en activos fijos.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Se entiende por activos tangibles (que se puede tocar) o fijos, los bienes propiedad de la empresa, como terreno, edificio, maquinaria equipo, inmobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede

desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

### **Inversiones en activos diferidos.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Se entiende por activo diferido o intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para el funcionamiento y que incluyen: patentes de invención, marcas diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (luz, teléfono, télex, agua, servicios notariales) estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería.

### **Inversiones en el capital de trabajo.**

(SELDON Arthur, 2010) La definición más básica de capital de trabajo se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios)

### **Financiamiento.**

(SAPAG Nassir, 2011) El financiamiento es el mecanismo el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible. Tiene como principal

ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo llamado interés, por lo general es una tasa de interés es compuesto lo que significa que son capitalizados cada mes.

### **Costos de producción.**

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos costos que se originan en el departamento de producción y estos se clasifican en costos primos, costos indirectos de fabricación y costos de operación.

#### **Costo Primo.**

(TORAL Rocio, 2013) Es la suma de la materia prima directa y la mano de obra directa.

#### **Costos indirectos de fabricación.**

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos costos que están relacionados con el acabado del producto, como por ejemplo: materia prima indirecta, mano de obra indirecta, combustible y lubricantes, mantenimiento de maquinaria, consumo de servicios básicos (agua, luz, teléfono), útiles de oficina, depreciación de maquinaria, depreciación de herramientas, etc.

#### **Costos de Operación.**

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos costos que se originan en el departamento de operativo como son: departamento de administración,

ventas y financiero.

### **Costos de administración.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo tomados en un sentido amplio, no solo significa los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina.

### **Costos de venta.**

(TORAL Rocio, 2013) El departamento o gerencia de ventas, también es llamado de mercadotecnia, en este sentido vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor final; sino que implica una actividad más amplia. Mercadotecnia puede abarcar entre otras muchas actividades, como por ejemplo la investigación o el desarrollo de nuevos productos y de nuevos mercados adoptados a los gustos, preferencias y necesidades del consumidor; el estudio y estratificación de mercados, la competencia, la adecuación de publicidad, la tendencia de las ventas.

### **Costos financieros.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos con préstamos. Algunas veces estos

costos se incluyen en los generales y de administración pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlos a un área específica.

### **Punto de equilibrio.**

(TORAL Rocio, 2013) Es una representación gráfica o algebraica de las relaciones existentes entre: Volumen, costos, ingresos de una organización.

Si el volumen de una unidad productiva crece, necesariamente los costos y los ingresos también crecen.

### **Costos.**

(TORAL Rocio, 2013) Son los desembolsos que se realizan por la adquisición de bienes o servicios en el departamento de producción y que al final de un determinado periodo contable se puede recuperar. Ej. Adquisición de materiales.

### **Gastos.**

(TORAL Rocio, 2013) Son desembolsos que se realizan en el área administrativa, por la adquisición de bienes o servicios, los mismos que no son recuperables. Ejemplo. Útiles de oficina.

### **Costos Fijos.**

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentan durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

### **Costos variables.**

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos que están en función del volumen de la producción y de las ventas, o sea, varían en forma proporcional a las fluctuaciones de la producción de un periodo.

### **Estado de resultados.**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdida y ganancia es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta y se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que debe pagar.

### **Flujo de caja.**

(RODRIGUEZ Carlos, 2013) Se entiende por flujo de caja o flujo de fondos los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado. El

flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA.**

(SAPAG Nassir, 2011) El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante indicadores financieros.

### **Valor actual neto (VAN).**

(HERNANDEZ Abraham, 2011) El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

### **Formula:**

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

### **Tasa interna de retorno (TIR).**

(MEZA Orozco J. d., 2011) Es que ella es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios (flujos netos de efectivo) la totalidad del capital y de sus intereses, sin perder un solo centavo.

La TIR utilizada para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

### **Formula:**

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

### **Relación beneficio costo (RB/C).**

(FOLLETO, 2010) Relación Beneficio Costo (RCB) El indicador financiero beneficio-costos, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de

beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

**Fórmula:**

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

**Periodo de recuperación del capital (PRC).**

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generara el proyecto.

**Formula:**

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

## **Análisis de sensibilidad.**

(AGUIRRE Juan Antonio, 2011) Un análisis de sensibilidad varía parámetros claves de un proceso para determinar la sensibilidad de los resultados a la variación en cada partida. La pregunta que el análisis de sensibilidad trata de contestar es: “¿Qué sucede si las cosas no ocurren como se esperaba?”

Así podremos darnos cuenta que en dos inversiones donde estaríamos dispuestos a invertir una misma cantidad, el grado de riesgo y las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente, por lo que debemos analizarlas por su nivel de incertidumbre, pero también por la posible ganancia que representan.

### **Fórmula:**

Diferencia de TIR = TIR del proyecto – nueva TIR.

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variacion}}{\text{Nueva TIR}}$$

## **e. MATERIALES Y METODOS.**

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron los siguientes materiales y métodos:

### **Materiales.**

Como materiales se utilizaron:

- Internet
- Impresiones blanco y negro
- Impresiones a color
- Copias
- Suministros de oficina
- Flash memory
- Calculadora

### **Métodos.**

Como métodos se utilizaron los siguientes:

#### **Método descriptivo.**

Al método se lo utilizó para describir todo lo que se originó alrededor del presente trabajo investigativo en la realización del estudio de mercado y el

comportamiento de la población, en relación a la compra de vestidos de gala.

### **Método deductivo.**

El presente método, se lo utilizó para el levantamiento de la información de campo a través de la aplicación de las encuestas, así como también para la elaboración del marco teórico, establecimiento de los resultados, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera.

### **Método inductivo.**

El presente método permitió determinar la demanda potencial, real, efectiva, la oferta y la demanda insatisfecha, así como la aceptación de la implantación de la empresa dedicada a la confeccion y comercializacion de vestidos de gala.

### **Técnicas.**

Las técnicas que se emplearan son las siguientes:

**La Observación:** Se la utilizó en el campo de la investigación como apoyo a las demás técnicas, también permitió identificar la competencia,

determinar la localización y la situación geográfica donde se implantara el proyecto.

**La Encuesta:** La misma fue aplicada a las mujeres de la ciudad de Loja comprendidas entre las edades de 15 a 64 años de edad, además se aplicó otra encuesta a los propietarios de los locales dedicados a la confección y comercialización de vestidos de gala con el objetivo de obtener información relevante que nos ayudara para el desarrollo del proyecto y en especial en el estudio de mercado.

### **Población.**

Según el Censo de Población y Vivienda del año 2010, la población de la ciudad de Loja es de 170.280 habitantes y tomamos nuestro segmento que son las mujeres entre 15 a 64 años.

### **Cuadro N° 3**

#### **Población de mujeres entre 15 a 64 años de la ciudad de Loja**

<b>AÑO</b>	<b>MUJERES</b>
2010	58.735

**Fuente:** Censo de población por edad 2010

**Elaboración:** La autora

Para el cálculo del tamaño de la muestra, primeramente se ha proyectado la población de mujeres en base a la tasa de crecimiento poblacional de 2.65 % proporcionada por el INEC la misma que fue proyectada a los cinco años de vida útil del proyecto.

## Cuadro N° 4

### PROYECCION DE LA POBLACION DE MUJERES.

PERIODO	AÑO	POBLACION FEMENINA (15 a 64 Años)
0	2010	58.735
1	2011	60.291
2	2012	61.889
3	2013	63.529
4	2014	65.213
5	2015	66.941
6	2016	68,715

**Fuente:** Censo 2010 INEC.

**Elaboración:** La autora

#### Obtención del tamaño de la muestra.

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

La muestra resultara de la utilización de la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{68.715(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(68.715-1)(0.5)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{68.715(3.8416)(0.25)}{68.715(0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

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

$$n = \frac{65993,88}{172,75}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = Distribución normalizada.

Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

E = margen de error deseado

p = proporción de aceptación deseada para el producto

q = Proporción de rechazo

$n = 382$

Para el estudio de mercado se aplicara un total de 382 muestras, a las mujeres que comprenden las edades entre 15 a 64 años en la ciudad de Loja.

Para la determinación de la oferta se tomó en consideración los 28 establecimientos de confección de vestidos en la ciudad de Loja.

### **Procedimiento:**

Se diseñó los instrumentos de investigación que son la encuesta y la entrevista, las mismas que fueron aplicadas tanto a los demandantes como ofertantes de la ciudad de Loja.

El estudio de mercado segmentó el mercado al que se va a dirigir nuestro producto, seguidamente se calculó el tamaño de la muestra para luego aplicar las encuestas, se realizaron las encuestas para determinar gustos y preferencias. El análisis del estudio de mercado nos permitió formular estrategias de mercado.

El estudio técnico determinó aspectos básicos y principales para implementar en la empresa, para lo cual se analizó aspectos como: ubicación de la empresa, tamaño óptimo, lugar de obtención de la materia prima e insumos, tipo de tecnología, equipos necesarios, personal, su adecuada distribución e instalación de espacios, entre otros; es decir todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del

proyecto, con el fin de verificar la factibilidad técnica a partir de un presupuesto de inversión y gastos para su ejecución.

El estudio financiero permitió establecer el monto necesario de recursos económicos de las inversiones requeridas, la proyección de volumen de producción, proyección de precios, proyección de ingresos por ventas, determinar gastos entre otros, Todo esto encaminado a consolidar los Estados Financieros proforma, para posteriormente su medición a través de la aplicación de indicadores financieros como: VAN Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Costo/Beneficio y Periodo de Recuperación, que sustente la factibilidad y viabilidad del proyecto.

## f. RESULTADOS.

### Resultado de las encuestas aplicadas para la demanda.

#### Datos generales.

#### ¿Qué edad tiene?

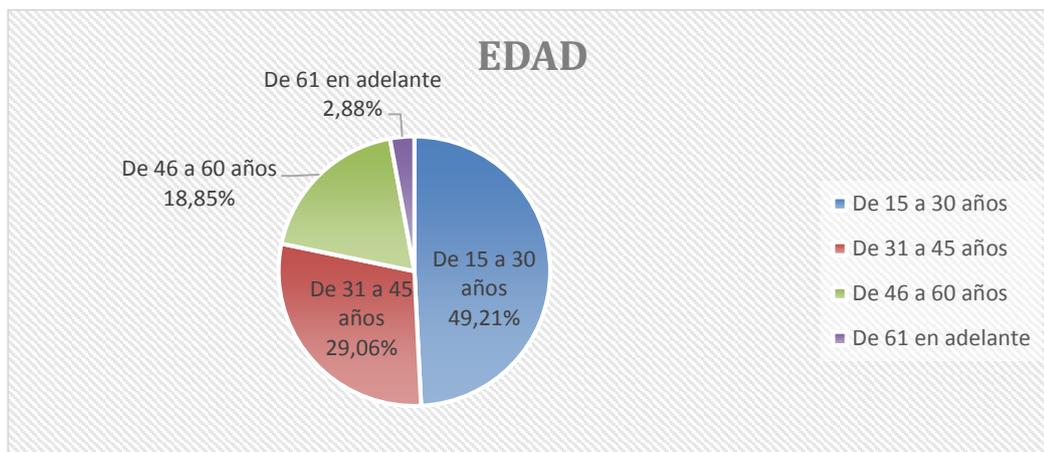
**Cuadro N° 5**  
**Edad**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 30 años	188	49,21
De 31 a 45 años	111	29,06
De 46 a 60 años	72	18,85
De 61 en adelante	11	2,88
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la demanda

Elaborado: La Autora

**Gráfico N° 5**



#### Análisis e interpretación:

De las 382 encuestadas: 188 (49,21%) se encuentran entre las edades de 15 a 30 años; mientras que 111 (29,06%) oscilan entre las edades de 31 a 45 años; 42(18,85%) están entre las edades de 46 a 60 años y 11 (2,88%) sus edades superan los 61 años de edad. Lo que determina un sector significativo para la adquisición de nuestros vestidos de gala.

## ¿En promedio cuál es su ingreso mensual?

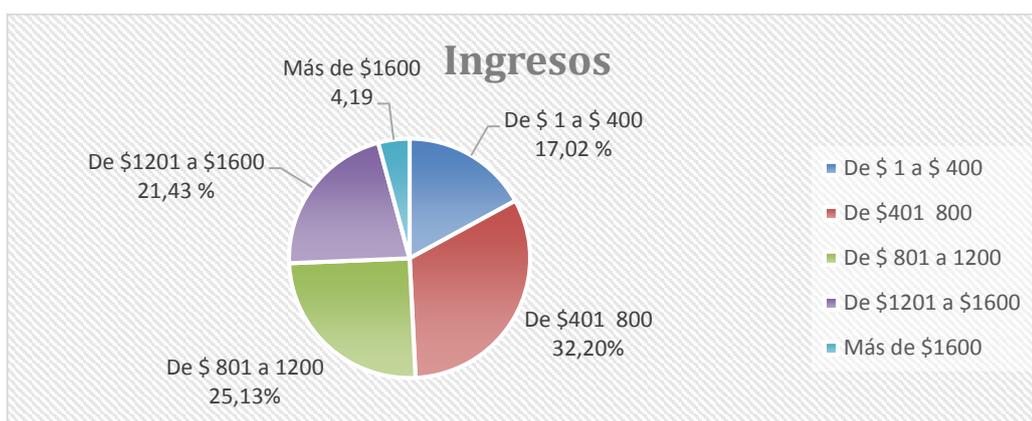
**Cuadro Nº 6**  
**Ingresos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1 a \$ 400	65	17,02
De \$401 800	123	32,20
De \$ 801 a 1200	96	25,13
De \$1201 a \$1600	82	21,47
Más de \$1600	16	4,19
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la demanda

Elaborado: La Autora

**Gráfico Nº 6**



### **Análisis e interpretación:**

De las 382 encuestadas: 123 (32,20%) perciben ingresos promedios entre 401 a 800 dólares; el 96 (25,13%) tiene ingresos promedios entre 801 a 1.200 dólares; el 82 (21,47%) sus ingresos oscilan entre 1.201 a 1.600 dólares y el 65 (17,02%) perciben ingresos entre 1 a 400 dólares, el 16 (4,19%) sus ingresos están por arriba de los 1.600 dólares, lo que demuestra que es un nivel con una buena condición económica para poder comprar nuestro producto.

## ¿Cuál es la parroquia de su residencia?

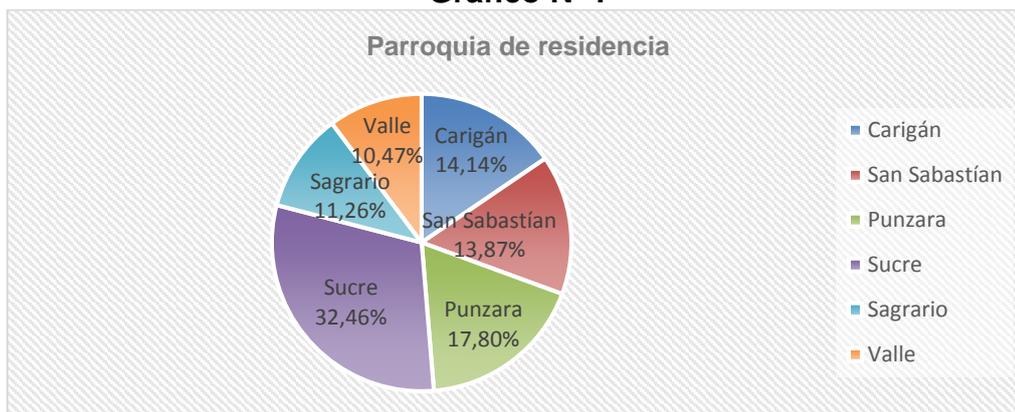
**Cuadro N° 7**  
**Parroquia de residencia.**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Carigán	54	14,14
San Sebastián	53	13,87
Punzara	68	17,80
Sucre	124	32,46
Sagrario	43	11,26
Valle	40	10,47
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 7**



### **Análisis e interpretación:**

De las 382 encuestas: 124 (32,46%) habitan en la parroquia Sucre; 68 (17,80%) tiene su residencia en la parroquia Punzara; el 54 (14,14%) viven en la parroquia Carigán; el 53 (13,87%) residen en la parroquia San Sebastián, el 43 (11,26%) residen en la parroquia Sagrario; el 40 (10,47%) viven en la parroquia el Valle. Siendo lugares no muy distantes donde se estaría estudiando la posibilidad de instalar la empresa de confecciones de vestidos de gala.

**Datos específicos.**

**1. ¿Utiliza usted vestidos de gala en reuniones formales y de etiqueta?**

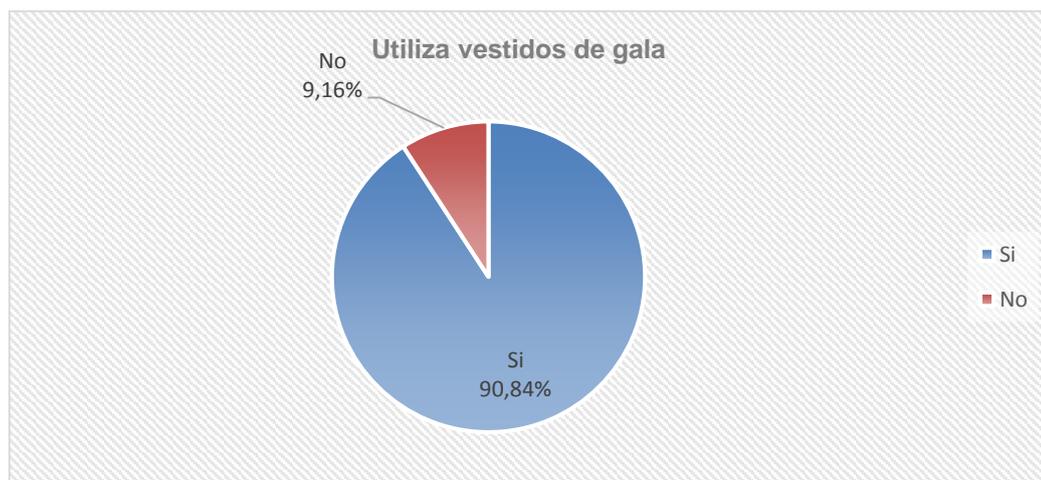
**Cuadro N° 8**  
**Utiliza vestidos de gala**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	347	90,84
No	35	9,16
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 8**



**Análisis e interpretación:**

De las 382 encuestas: 347 (90,84%) si utilizan vestidos de gala; mientras que el 35 (9,16 %) dijeron que no. Esto anticipa una buena demanda para el producto.

**2. ¿Los vestidos de gala que usted utiliza en sus reuniones sociales son de fabricación?**

**Cuadro N° 9**  
**Procedencia de los vestidos:**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Importados	75	21,61
Nacionales	203	58,50
Locales	69	19,88
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda  
**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 9**



**Análisis e interpretación:**

De las 347 encuestas: 203 (58,50%) manifiestan que los vestidos de gala que utiliza en sus reuniones sociales son nacionales; mientras que el 75 (21,61%) son importados y el 69 (19,88%) son locales. Siendo este un factor determinante para la empresa por que a más de producir vestidos de gala a la talla se produciría para venderlos a las casas comerciales, existiendo un buen mercado para la empresa.

**3. ¿Qué es lo que más le llama la atención al momento de comprar o mandar a confeccionar un vestido de gala?**

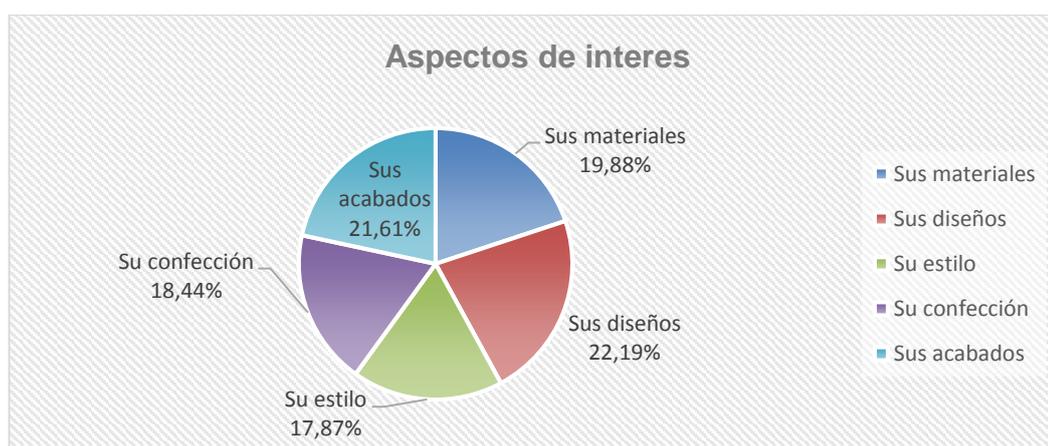
**Cuadro N° 10**  
**Aspectos de interés**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sus materiales	69	19,88
Sus diseños	77	22,19
Su estilo	62	17,87
Su confección	64	18,44
Sus acabados	75	21,61
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 10**



**Análisis e interpretación:**

De las 347 encuestas: 77 (22,19%) manifiestan que lo que más les llama la atención al momento de comprar o mandar a confeccionar un vestido de gala es sus diseños; el 75 (21,61%) le interesa sus acabados; el 69 (19,88%) le interesa los materiales con que es confeccionado; al 64 (18,44%) le interesa su confección y al 62 (17,87%) sus estilos. Son detalles que la empresa deberá tomar en consideración al momento de confeccionar sus vestidos de gala.

#### 4. ¿Dónde acostumbra a comprar o confeccionar sus vestidos de gala?

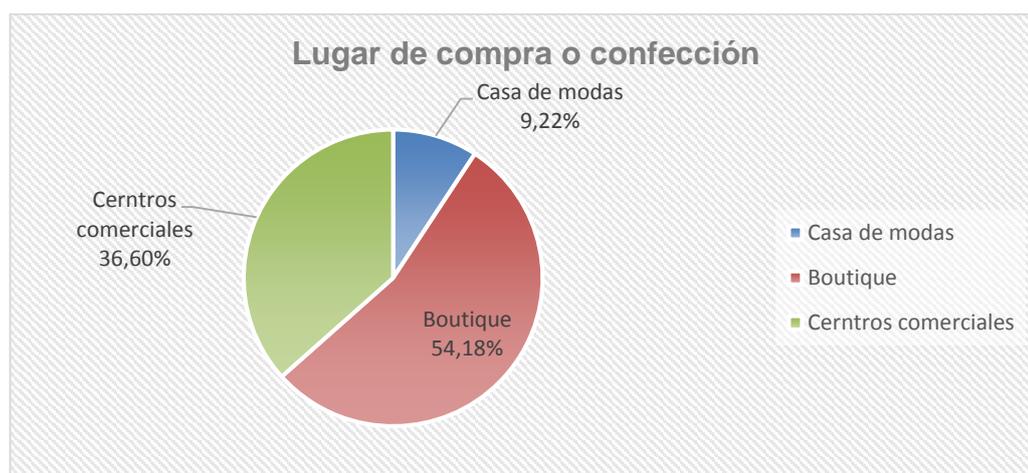
**Cuadro N° 11**  
**Lugar de compra o confección**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Casa de modas	32	9,22
Boutique	188	54,18
Centros comerciales	127	36,60
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 11**



#### **Análisis e interpretación:**

De las 347 encuestas: 188 (54,18%) acostumbran a comprar o mandar a confeccionar sus vestidos de gala en una boutique; mientras que 127 (36,60%) los adquiere en centros comerciales y el 32 (9,22%) los consigue en casas de modas. Lo que nos determina que para el proyecto será muy beneficioso en vista de que es un mercado poco explotado.

## 5. ¿Cuántos vestidos de gala adquiere en el año?

**Cuadro N° 12**  
**Vestidos que adquiere al año**

Opción	Frecuencia	Xm	F*Xm	Porcentaje
De 1 a 3	333	2	666	95,97
De 4 a 6	8	5	40	2,31
De 7 a 9	6	8	48	1,73
<b>Total</b>	<b>347</b>		<b>754</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la demanda

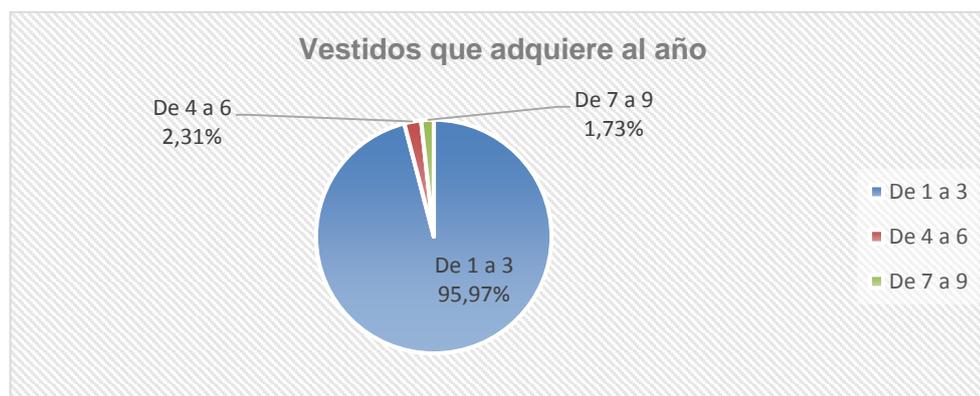
Elaborado: La Autora

**Promedio por al año =  $\frac{\sum F}{\sum X}$**

**Promedio por al año =  $754/347$**

**Promedio por al año = 2,17 = 2 vestidos al año**

**Gráfico N° 12**



### **Análisis e interpretación:**

De las 347 encuestas: 333 (95,97%) manifiestan que adquiere en promedio de 1 a 3 vestidos al año; el 6 (1,73%) mencionan que adquiere en promedio de 1 a 6 vestidos y el 8 (1,73%) adquieren en promedio de 7 a 9 vestidos al año. Lo que determina que es un importante mercado para la producción y comercialización de vestidos de gala ya que su promedio es de 2 vestidos al año.

6. ¿La calidad de los vestidos de gala que usted ha adquirido o ha mandado a confeccionar son de?:

**Cuadro N° 13**  
**Calidad de los vestidos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena calidad	158	45,53
Buena calidad	145	41,79
Regular calidad	44	12,68
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la demanda

Elaborado: La Autora

**Gráfico N° 13**



#### **Análisis e interpretación:**

De las 347 encuestas: 158 (45,53%) consideran que la calidad de los vestidos de gala que ha adquirido o ha mandado a confeccionar es de muy buena calidad; mientras que 147 (41,79%) lo considera de buena calidad y el 44 (12,68%) lo considera de regular calidad. Factor a considerar para tomar muy en cuenta al momento de confeccionar nuestros vestidos

**7. ¿En promedio cuanto estaría dispuesta a invertir en un vestido de gala?**

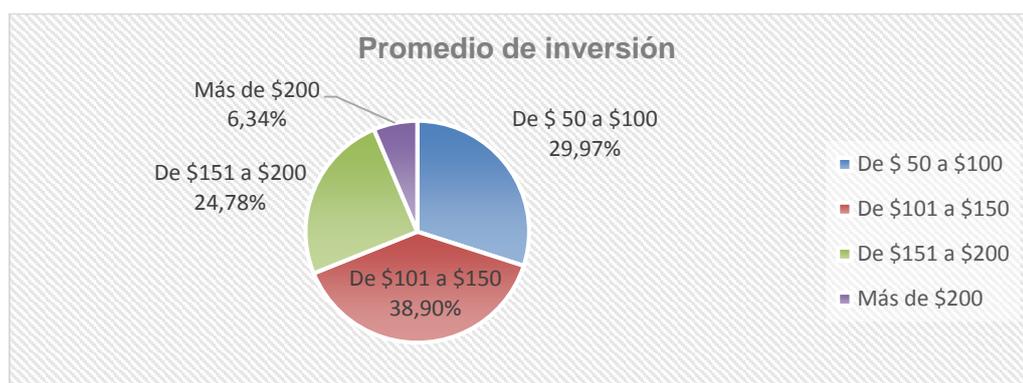
**Cuadro N° 14**  
**Promedio de inversión**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 50 a \$100	104	29,97
De \$101 a \$150	135	38,90
De \$151 a \$200	86	24,78
Más de \$200	22	6,34
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 14**



**Análisis e interpretación:**

De las 347 encuestas: 135 (38,90%) mencionan que estarían dispuesta a invertir en un vestido de gala en un promedio de 101 a 150 dólares, mientras que 104 (29,97%) estarían en condiciones de invertir de 50 a 100 dólares, el 86 (24,78%) podría invertir en promedio de 151 a 200 dólares en un vestido de gala y el 22 (6,34%) estaría en condiciones de invertir más de 200 dólares en un vestido de gala. Lo que determina que nuestros potenciales clientes se encuentran en un nivel económico medio.

8. ¿Si en la ciudad de Loja se implementara un local de confección de vestidos de gala y su comercialización, usted estaría dispuesto a adquirirlos?

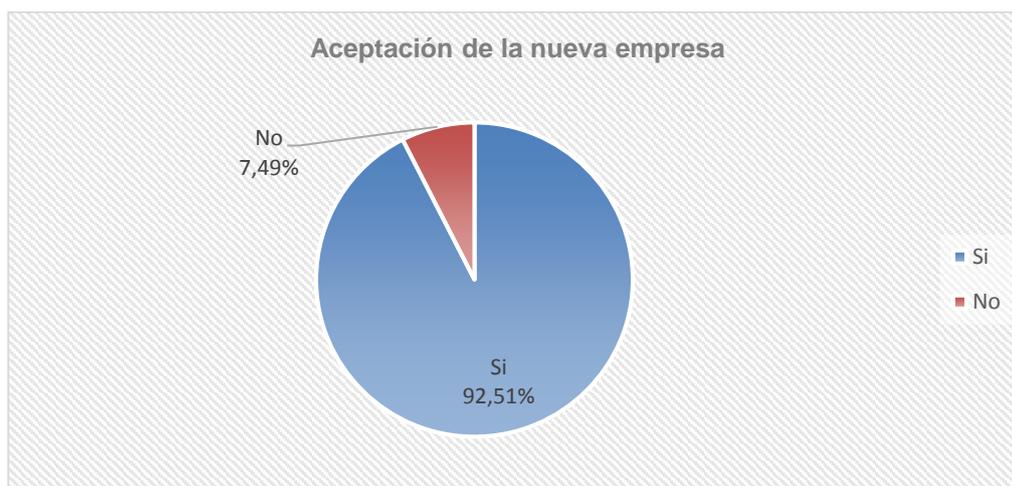
**Cuadro N° 15**  
**Aceptación de la nueva empresa**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	321	92,51
No	26	7,49
<b>Total</b>	<b>347</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la demanda

Elaborado: La Autora

**Gráfico N° 15**



**Análisis e interpretación:**

De las 347 encuestas: 321 (92,51%) mencionaron que Si estarían dispuestas a adquirir los vestidos de gala de la nueva empresa; mientras 26 (7,49%) no lo harían. A este factor que manifestó que no adquirirían, se lo debe tener presente para a través de la publicidad y promociones captarlos.

9. ¿Los vestidos de gala que usted adquiriría qué tipo de presentación le gustaría que tenga?

**Cuadro N° 16**  
**Presentación de los vestidos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Armador y funda plástica	78	24,30
Armador y forro	145	45,17
Caja de cartón	98	30,53
<b>Total</b>	<b>321</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 16**



### **Análisis e interpretación**

De las 321 encuestas: el 145 (45,17%) les gustaría que tengan una presentación con armador y forro protector; el 98 (30,53%) prefieren que venga en una caja de cartón y el 78 (24,30%) que vengan con armador y funda plástica. Información que servirá para tomar en consideración como se va a presentar nuestros vestidos de gala.

**10. ¿En qué sector le gustaría que se instale el local de confección de vestidos de gala?**

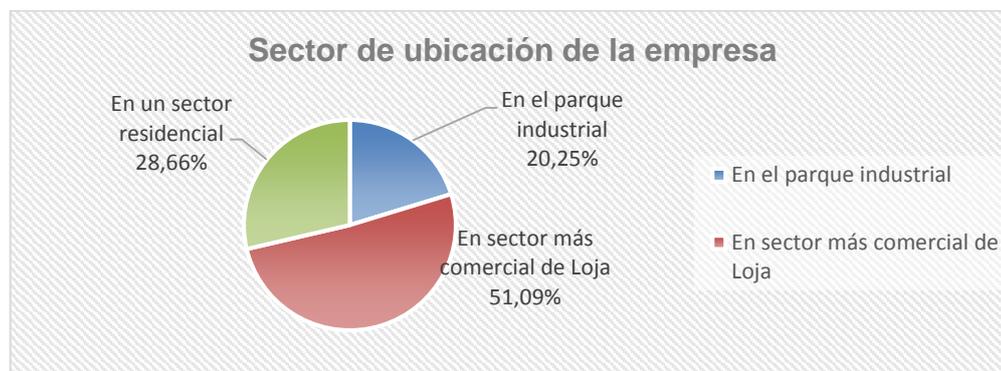
**Cuadro N° 17**  
**Sector de ubicación de la empresa**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
En el parque industrial	65	20,25
En sector más comercial de Loja	164	51,09
En un sector residencial	92	28,66
<b>Total</b>	<b>321</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 17**



**Análisis e interpretación:**

De las 321 encuestas: 164 (51,09%) contestaron que se instale el local de confección de vestidos de gala en el sector más comercial de Loja; mientras que 92 (28,66%) prefiere que se instale en el sector residencial y el 65 (20,25%) le gustaría que este ubicado en un parque industrial. Información base que servirá para poder determinar la micro localización de la nueva empresa.

11. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se promocionen la nueva empresa?

**Cuadro N° 18**  
**Medios de comunicación**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	34	10,59
Radio	119	37,07
Prensa	105	32,71
Redes sociales	63	19,63
<b>Total</b>	<b>321</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la demanda

Elaborado: La Autora

**Gráfico N° 18**



**Interpretación e interpretación:**

De las 321 encuestas: 119 (37,07%) contestaron que la nueva empresa se promocionen a través de las radios locales; mientras que 105 (32,71%) por medio de la prensa escrita; el 63 (19,63%) le gustaría que se promocioe la empresa por medio de las redes sociales y el 34 (10,59%) mediante la televisión. Información que nos servirá para establecer los medios de publicidad que hará uso la nueva empresa.

## Resultado de las encuestas aplicadas para la oferta.

1. ¿Confecciona y comercializa usted vestidos de gala para eventos sociales y de etiqueta?

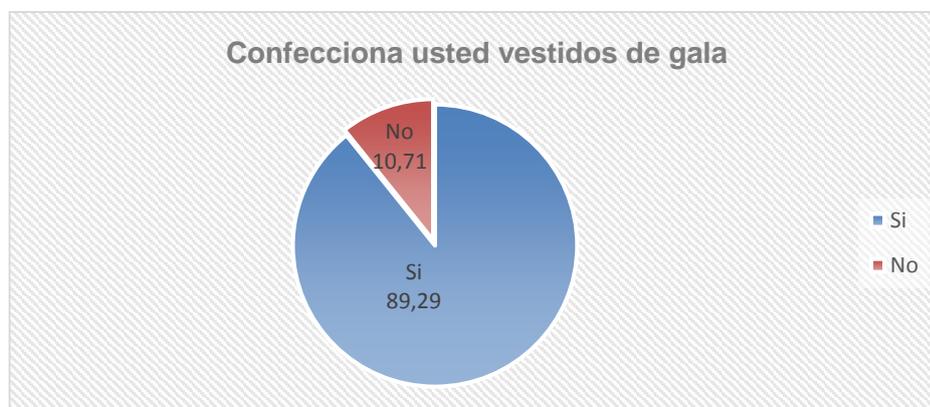
**Cuadro N° 19**  
**Confección de vestidos de gala**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	89,29
No	3	10,71
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la oferta

Elaborado: La Autora

**Gráfico N° 19**



### **Análisis e interpretación:**

De las 28 encuestas: 25 (89,29%) confeccionan y comercializan vestidos de gala; mientras que 3 (10,71%) no lo hacen. Lo que determina que en la ciudad de Loja existe una gran aceptación por la confección y comercialización de vestidos de gala.

## 2. ¿Qué cantidad de vestidos de gala vende mensualmente?

**Cuadro N° 20**  
**Cantidad de vestidos que vende**

Opción	Frecuencia	xm	F*Xm	Porcentaje
De 1 a 19	6	10	60	24,00
De 21 a 38	8	29	232	32,00
De 39 a 57	11	48	528	44,00
<b>Total</b>	<b>25</b>		<b>820</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la oferta

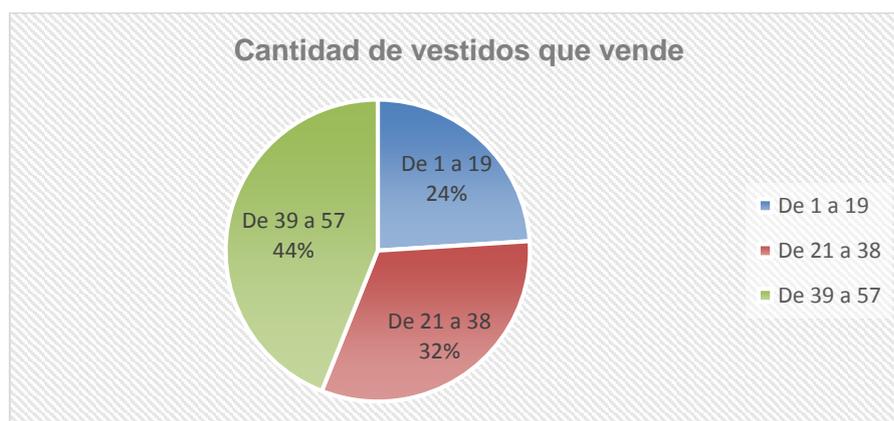
Elaborado: La Autora

**Promedio de venta mensual =  $\frac{\sum F}{\sum X}$**

**Promedio de venta mensual =  $820/25$**

**Promedio de venta mensual =  $33 \times 12 = 394$  vestidos al año**

**Grafico N° 20**



### **Análisis e interpretación:**

De las 25 encuestas: 48 (44, 00%) mencionan que venden mensualmente en promedios de 39 a 57 vestidos de gala; el 29 (32.00%) lo hacen en promedio de 21 a 35 y el 10 (24,00%) lo hacen en promedio de 1 a 19 vestidos. Lo que determina un promedio de venta anual de 394 vestidos al año, siendo un nivel importante de ventas promedio al año.

3. ¿Cuál es el precio promedio del costo que tienen los vestidos de gala que confecciona usted?

**Cuadro N° 21**  
**Precio promedio del costo**

Opción	Frecuencia	Xm	F*Xm	Porcentaje
De \$ 50 a \$100	5	75	375	20,00
De \$101 a \$200	11	126	1386	44,00
Más de \$200	9	200	1800	36,00
<b>Total</b>	<b>25</b>		<b>3561</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas a la oferta

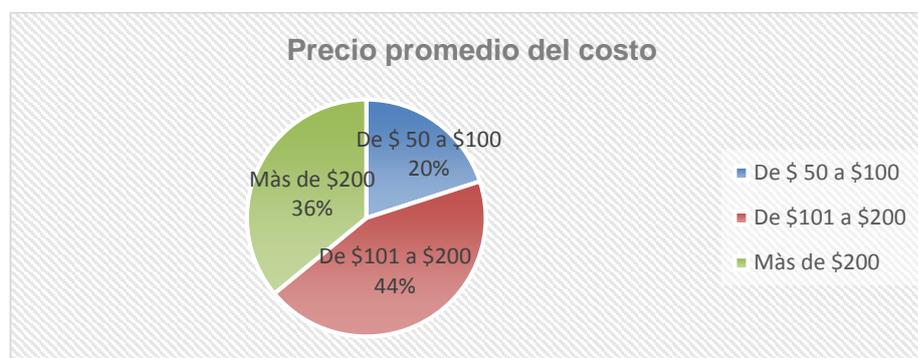
Elaborado: La Autora

**Promedio de costo =  $\frac{\sum F}{\sum X}$**

**Promedio de costo = 3561/25**

**Promedio de costo = 142,44 dólares**

**Gráfico N° 21**



**Análisis e interpretación:**

De las 25 encuestas: 11 (44%) manifiestan que los vestidos de gala los comercializa en un promedio de 101 a 200 dólares; mientras que 9 (36%) lo hace en promedio superior a los 200 dólares y el 5 (20%) lo venden en un promedio de 50 a 100 dólares. Determinándose que los futuros adquirientes están en la posibilidad de invertir en un valor promedio de 142,44 dólares en la confección de sus vestidos de gala.

#### 4. ¿Realiza usted publicidad de su empresa?

**Cuadro N° 22**  
**Realiza publicidad**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	36,00
No	16	64,00
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 22**



#### **Análisis e interpretación:**

De las 25 encuestas: 16 (64%) contestaron que no realizan publicidad; mientras que el (36%) si lo hacen. Factor importante que nos servirá para que la empresa pueda realizar publicidad y llegar a posicionarse de mejor forma en el mercado.

5. ¿De ser positiva la pregunta anterior por qué medios de comunicación realiza su publicidad?

**Cuadro N° 23**

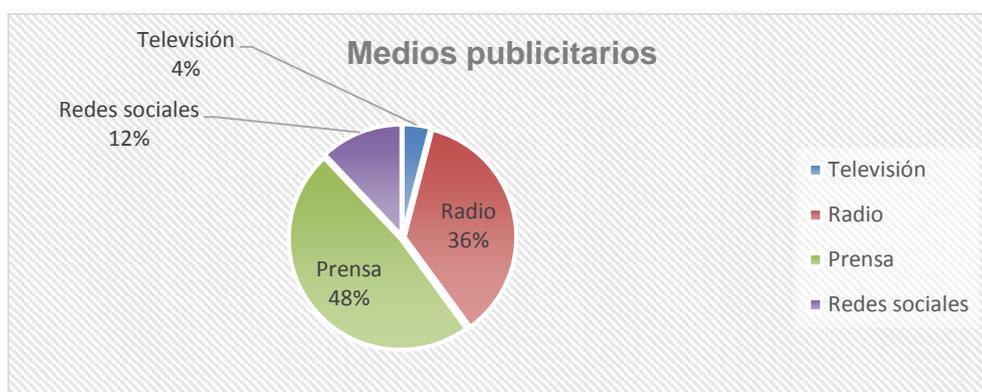
**Medios publicitarios**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	1	4,00
Radio	9	36,00
Prensa	12	48,00
Redes sociales	3	12,00
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a la demanda

**Elaborado:** La Autora

**Gráfico N° 23**



**Análisis e interpretación:**

De las 25 encuestas: 12 (48%) realizan la publicidad por medio de la prensa escrita; mientras que 9 (36%) lo promociona a través de las radios locales; el 3 (12%) lo promociona a través de redes sociales y el 1 (4%) lo hace por medio de la televisión. Factor que nos permitirá conocer porque medios de publicidad la empresa se publicitara obteniendo mejores resultados.

## g. DISCUSIÓN.

### ESTUDIO DE MERCADO.

#### Demanda Potencial.

La demanda potencial está constituida por los productos que podrían ser utilizados por los demandantes en el mercado; para la determinación de la misma se consideró la pregunta N°1 que se refiere a si usted utiliza vestidos de gala en reuniones formales y de etiqueta; a lo cual tenemos que el 98,84% manifestó que sí, (cuadro N° 9). Para la proyección de la demanda potencial de la población de mujeres comprendidas entre las edades de 15 a 64 años, para el año 2016 es de 64.075 con la tasa de crecimiento del 2,65% (INEC) cuyos datos se representa a continuación.

#### Demanda potencial

Cuadro N° 24

Año	Población femenina (15 a 64 años )	Demanda potencial 98,84%
1	70.536	64.075
2	72.405	65.773
3	74.324	67.516
4	76.293	69.305
5	78.315	71.142

Fuente: Encuesta pregunta N° 1 y cuadro N° 9

Elaborado: La Autora

## **Demanda real.**

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. Para determinar la demanda real de los vestidos de gala se toma los datos aplicados a los consumidores, pregunta N° 2 (cuadro N° 10); que se refiere que si los vestidos de gala que usted utiliza en sus reuniones sociales son de fabricación local, nacional o importados; dándonos un resultado del 19,88% son de fabricación local, para la proyección de la demanda real nos basamos en la tasa de crecimiento poblacional que es del 2,65% (INEC) cuyos datos se representa a continuación.

**Cuadro N° 25**  
**Demanda real**

<b>Año</b>	<b>Población femenina (15 a 64 años)</b>	<b>Demanda real 19,88%</b>
1	70.536	12.738
2	72.405	13.076
3	74.324	13.422
4	76.293	13.778
5	78.315	14.143

**Fuente:** Encuesta pregunta N° 2 y cuadro N° 10

**Elaborado:** La Autora

## **Demanda efectiva.**

Es la cantidad de bienes que en la práctica son requeridos por el mercado, pero que no se puede satisfacer ya que pueden existir restricciones debido

a la situación económica, a la falta del producto o cualquier otro inconveniente. En nuestro caso la demanda efectiva la tomamos basándonos en la pregunta N°8 (Cuadro N°16) que hace referencia a la pregunta que si en la ciudad de Loja se implementara un local de confección de vestidos de gala y su comercialización, usted estaría dispuesto a adquirirlos para lo cual tenemos un 92,52% que manifiesto que sí. Para la proyección de la demanda efectiva nos basamos en la tasa de crecimiento poblacional que es del 2,65% (INEC) cuyos datos se representa a continuación.

**Cuadro N° 26**  
**Demanda efectiva**

Año	Demanda real 19,88%	Demanda efectiva 92,52%
<b>1</b>	<b>12.738</b>	<b>11.784</b>
<b>2</b>	<b>13.076</b>	<b>12.096</b>
<b>3</b>	<b>13.422</b>	<b>12.417</b>
<b>4</b>	<b>13.778</b>	<b>12.746</b>
<b>5</b>	<b>14.143</b>	<b>13.084</b>

**Fuente:** Encuesta pregunta N° 8 y cuadro N° 16

**Elaborado:** La Autora

### **Consumo per cápita**

Para el establecimiento del consumo per cápita de los vestidos de gala en la ciudad de Loja, tomamos en cuenta los datos obtenidos en la encuesta a los demandantes acerca de cuántos vestidos de gala adquiere al año, pregunta N° 5 (cuadro N° 13) dándonos un promedio de 2 vestidos al año.

**Cuadro N° 27**  
**Consumo Per Cápita**

Opción	Frecuencia	Xm	F*Xm	Porcentaje
<b>De 1 a 3</b>	<b>333</b>	<b>2</b>	<b>666</b>	<b>95,97</b>
<b>De 4 a 6</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>40</b>	<b>2,31</b>
<b>De 7 a 9</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>48</b>	<b>1,73</b>
<b>Total</b>	<b>347</b>		<b>754</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta pregunta N° 5 y cuadro N° 13

Elaborado: La Autora

**Formula:**

**Promedio por al año =  $\frac{\sum F}{\sum X} = 754/347 = 2,17 = 2$  vestidos al año**

**Demanda efectiva en producción.**

Para establecer la demanda efectiva en producción de los vestidos de gala se tomó en consideración de la demanda efectiva calculada en el cuadro N° 27 y el promedio de adquisición de los vestidos de gala anual que es de 2 vestidos.(cuadro N°13) dándonos una demanda en producción de 23.568 cuyos datos se representa a continuación.

**Cuadro N° 28**  
**Demanda Efectiva en Producción**

Años	Población	Demanda potencial 90,84%	Demand a real 19,88%	Demand a efectiva 92,51%	Consumo anual	Demanda efectiva en producción
<b>0</b>	<b>68.715</b>					
1	70.536	64.075	12.738	11.784	2	23.568
2	72.405	65.773	13.076	12.096	2	24.193
3	74.324	67.516	13.422	12.417	2	24.834
4	76.293	69.305	13.778	12.746	2	25.492
5	78.315	71.142	14.143	13.084	2	26.167

Fuente: Encuesta cuadro N° 27 y cuadro N° 13

Elaborado: La Autora

## Análisis de la oferta.

La oferta es la cantidad de productos que se encuentran disponibles para ser consumidos.

Para proyectar la oferta se basó en la pregunta N° 2 a los oferentes, (cuadro N°21) en la que se preguntó qué cantidad de vestidos de gala vende mensualmente, información que nos permitió calcular la oferta.

**Cuadro N° 29**  
**Oferta.**

<b>Empresas encuestadas</b>	<b>Empresas que confeccionan vestidos de gala</b>	<b>Promedio anual</b>	<b>Oferta</b>
<b>28</b>	<b>25</b>	<b>394</b>	<b>9.840</b>

**Fuente:** Encuesta oferta pregunta N° 2 y cuadro N° 21

**Elaborado:** La Autora

## Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta de vestidos de gala para los cinco años de vida útil del proyecto, se utilizó la tasa inflacionaria de fabricación de vestidos de gala la misma que es del 0,14%. (Ver anexo N°3).

**Cuadro N° 30**  
**Proyección de la Oferta**

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>
0	9.840
1	9.854
2	9.868
3	9.881
4	9.895
5	9.909

**Fuente:** Encuesta oferta, anexo N° 1

**Elaborado:** La Autora

## **Demanda insatisfecha.**

Se considera como demanda insatisfecha cuando la demanda supera a la oferta. Conociendo las demandas potencial, efectiva y así como la demanda insatisfecha de vestidos de gala en la ciudad de Loja, para el primer año tenemos una demanda efectiva de vestidos de gala de 23.568 y una oferta de 9.854, restando estos valores se establece la demanda insatisfecha la misma que es para el primer año de 13.714 la misma que será cubierta en un porcentaje por el proyecto.

**Cuadro N° 31**  
**Proyección de la demanda insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Demanda efectiva en producción</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
1	23.568	9.854	13.714
2	24.193	9.868	14.325
3	24.834	9.881	14.952
4	25.492	9.895	15.597
5	26.167	9.909	16.258

**Fuente:** Encuestas oferta y cuadro N° 29 y cuadro N° 30.

**Elaborado:** La Autora

## **Plan de comercialización de la empresa.**

### **El producto.**

El producto es un instrumento de marketing del que dispone la empresa para satisfacer las necesidades del consumidor.

Para el proyecto nosotros elaboraremos unos vestidos de gala en alta calidad, diseños y modas exclusivas; la materia prima será seleccionada minuciosamente y de preferencia será de producción nacional.

**Gráfico N° 24**



### **Descripción del producto.**

Los vestidos de gala son prendas de vestir que brindan elegancia a la mujer en eventos sociales, culturales donde se exhibe mucho el atractivo o encanto tanto en el día como en la noche.

### **Características del producto.**

El vestido de gala poseerá las siguientes características:

- ❖ Diseños acordes a la moda.
- ❖ Fabricación de la prenda con pretinas o resorte.
- ❖ Comodidad en el momento de usar los vestidos.

- ❖ Tela de Seda coloridas.
- ❖ Variedad de colores y tallas.
- ❖ Vestidos con costuras resistentes.
- ❖ Cada prenda tendrá un manual de cuidado.

### **Marca.**

Nuestra marca será el nombre de la empresa, la misma que se la conservara durante la vida útil del proyecto, su denominación es MODAS ISABEL; la cual permitirá una fácil identificación y memorización logrando un posicionamiento en el mercado.

**Cuadro N° 32**



### **Frase publicitaria**

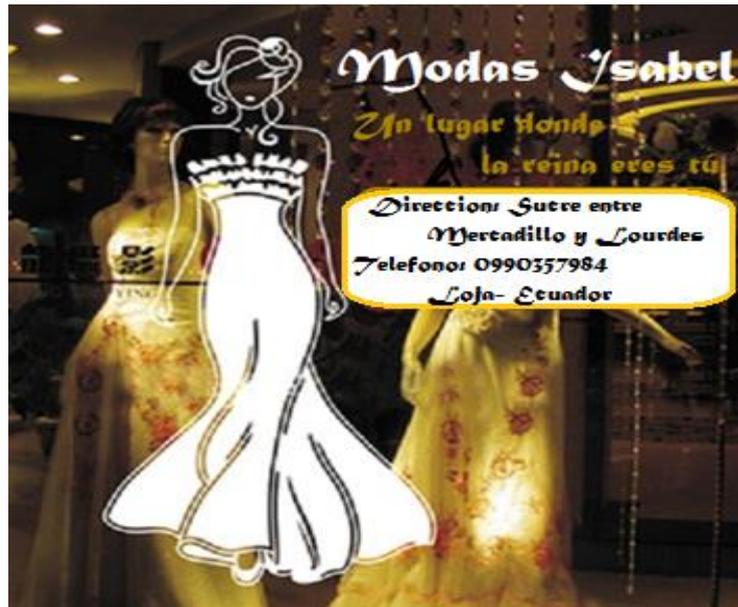
La frase con la que se identifica nuestro producto haciendo recordar la marca la cual permitirá un posicionamiento en la mente del público en general el cual se llama:

***‘Un lugar donde la reina eres tú ‘***

## Etiqueta.

En la etiqueta estará plasmada la información más relevante; tanto del producto como de la empresa.

Gráfico N° 25



**Fuente:** Internet  
**Realizado:** La autora

## Cuidados de la prenda de vestir.

Información para el cuidado y buena manipulación de los vestidos de gala.

Cuadro N° 33

Lavar a mano	
Temperatura máxima 30°	
No usar blanqueador	
No planchar	
No secar en maquina	
Limpieza en seco profesional. Proceso normal.	

**Fuente:** Pág. web  
**Realizado:** La autora

## **Empaque.**

El empaque o presentación que va a tener nuestro vestido de gala será de un armador y forro para la seguridad de la prenda al momento de su comercialización y además para brindar mayor facilidad al cliente al momento de guardar el producto.

**Gráfico N° 26**



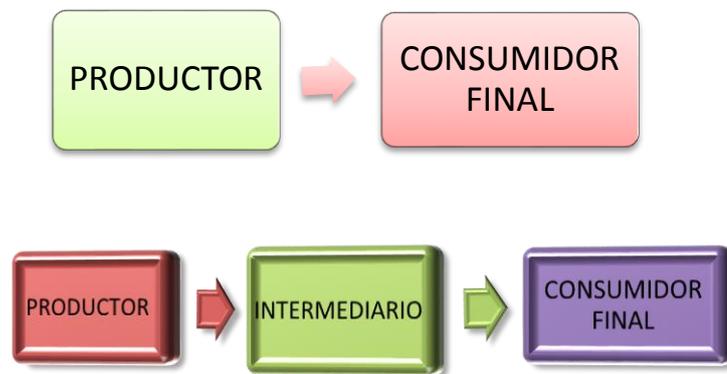
**Realizado:** La autora

## **Precio.**

Para determinar el precio de nuestros vestidos de gala se determinó en base a los costos de producción más un porcentaje de utilidad, con la finalidad de que el cliente tenga un precio justo y la empresa una rentabilidad razonable, también se tomara en consideración los precios de la competencia.

## Plaza.

Se considera como plaza a los canales de distribución que utilizara la empresa en el mercado a cubrir y que en el caso del proyecto será la ciudad de Loja, los canales que se utilizaran para la comercialización del producto son los siguientes:



## Publicidad.

La publicidad servirá para dar a conocer la existencia de la empresa de confección y comercialización de vestidos de gala en la ciudad de Loja, dando énfasis en los gustos, satisfacción y elegancia que sentirán las damas al lucir una de nuestras prendas.

La publicidad se la hará a través de la radio y la prensa escrita:

**Cuadro N° 34**  
**Medios de Comunicación**

Radio	Prensa escrita
<b>Publicidad en la radio “Centinela del Sur” en el horario del noticiero de las 12h00 a 13h00.</b>	Publicidad en el diario “La Hora” medio escrito de mayor circulación en la ciudad de Loja
<b>Publicidad en la radio “Súper Laser Panamericana” en el horario del noticiero de las 18h00 a 19h00.</b>	

**Fuente:** Medios de comunicación

**Elaboración:** La autora

### **ESTUDIO TECNICO.**

El estudio técnico toma en cuenta todo lo referente al funcionamiento y a la operatividad del proyecto como: tamaño, localización e ingeniería, que tienen por objeto brindar información y análisis de factores relevantes para la implementación de la empresa.

### **Localización del proyecto.**

Para la determinación del lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa se debe tomar en cuenta la macro y micro localización.

### **Macro localización.**

El proyecto será instalado en la región 7, en la provincia de Loja, cantón Loja, ciudad de Loja.

#### **Gráfico N° 27**

#### **Ciudad de Loja**



**Elaborado:** La Autora

### **FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

Los factores de localización permiten definir la ubicación del proyecto más funcional y eficiente para la producción de vestidos de gala.

**Vías de acceso:** La empresa contará con vías asfaltadas que permitan un fácil acceso a la misma, tanto para la entrega de materia prima directa como indirecta así como para el personal y clientes.

**Disponibilidad de la materia prima:** La empresa estudió la mejor localización donde tenga fácil acceso a la materia prima como son las telas y sus insumos y estos a su vez lleguen con facilidad a la planta de producción.

**Distribución adecuada:** Constituye la comodidad que tendría la empresa en la distribución de sus áreas de trabajo tanto administrativas como de producción.

**Transporte y comunicación:** Este es el punto estratégico, en el cual los clientes puedan llegar a la planta de producción por cualquier tipo de medios de transporte.

**Servicios básicos:** Otros de los factores importantes de la localización de la empresa, ya que la disponibilidad de servicios como agua, luz y teléfono se garantiza el buen funcionamiento de la empresa.

**Mano de obra:** Se refiere estrictamente a la disponibilidad de la mano de obra calificada, de sus capacidades y habilidades que fortalecen el desarrollo sustentable de la empresa.

**Posibilidad de eliminación o tratamiento de desechos:** Se implementaran mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, brindando beneficios no solo para la empresa sino para la comunidad.

#### **Ponderación de los factores de localización.**

Se tomó tres factores para determinar cuál es la mejor ubicación para la instalación de la empresa “Modas Isabel” para ello se tomó la siguiente

ponderación: 10 para una muy buena ubicación; 15 para una regular localización y 20 para una buena localización, con los resultados obtenidos se comparó los factores de la localización, teniendo en consideración que la sumatoria de los factores debe dar 100%.

**Cuadro N° 35**

<b>Micro localización</b>							
<b>Empresa: Modas Isabel</b>							
<b>Parroquia: San Sebastián</b>		<b>Cantón: Loja</b>			<b>Ciudad: Loja</b>		
A	<b>Sector más comercial de Loja</b>						
B	<b>Parque Industrial</b>						
C	<b>Sector residencial</b>						
<b>Factores</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>A</b>	<b>Puntos</b>	<b>B</b>	<b>Puntos</b>	<b>C</b>	<b>Puntos</b>
Vías de acceso	20	12	24,00	11	22,00	11	22,00
Disponibilidad de materia Prima	10	10	10,00	9	9,00	8,5	8,50
Distribución Adecuada	10	8,5	8,50	9	9,00	9	9,00
Transporte y Comunicación	20	9,5	19,00	9,5	19,00	9,5	19,00
Servicios Básicos	10	7	7,00	7	7,00	7	7,00
Mano de Obra	10	8	8,00	8	8,00	8	8,00
Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos	20	11	22,00	10	20,00	10	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>98,50</b>		<b>94,00</b>		<b>93,50</b>

**Elaborado:** La Autora

Una vez establecido los resultados de la ponderación se ha llegado a determinar que la mejor localización y que presta las mayores condiciones para que la empresa pueda operar de una manera eficiente es el barrio San Sebastián, calles Sucre entre Mercadillo y Lourdes; el terreno será tomado

en arriendo bajo contrato notariado para evitar inconvenientes posteriores, la duración del contrato será de 5 años pudiendo ampliarse su plazo.

### Gráfico N° 28 Micro localización



Elaborado: La Autora

#### Tamaño de la planta.

Está constituido por el volumen de bienes que la empresa puede generar, operando en su máxima capacidad, es decir su capacidad instalada expresada en unidades de producción o servicio generados por año.

#### Capacidad instalada.

En el proyecto se ha determinado la capacidad instalada por el máximo rendimiento que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo

de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida útil de la empresa.

La capacidad instalada, como es un proyecto nuevo, para la empresa “Modas Isabel” empezará sus operaciones ofreciendo vestidos de gala para mujer en diseños y tallas a la medida de sus clientas ya que tienen mayor demanda según se lo demostró en el estudio de mercado. Para ofrecer el producto se tomará en consideración la maquinaria de mayor capacidad como es la de cortar tela.

La cual tiene una capacidad de producción de 1 vestido por cada dos horas de distintas medidas, esto dependiendo del requerimiento de las clientes, lo que representa 4 vestidos diarios, trabajando 8 horas diarias, la empresa laborará de lunes a viernes 5 días a la semana, dándonos un total de 20 vestidos semanal y por las 52 semanas que tiene el año, nos da un total anual de 1.040 vestidos de gala al año, la empresa utilizara 2 máquinas cortadoras lo que representaría 2080 vestidos al año.

**Cuadro N° 36**

<b>Capacidad instalada</b>	
<b>Años</b>	<b>Unidades producidas (2 máquinas)</b>
1	2.080
2	2.080
3	2.080
4	2.080
5	2.080

**Elaborado:** La Autora

### Capacidad utilizada.

La capacidad utilizada está constituida por el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la máquina, esta es determinada por el nivel de la demanda que se necesitará cubrir durante un periodo determinado.

Como se trata de un proyecto nuevo esta será inferior a la capacidad instalada y generalmente luego de transcurrir medio periodo de vida de la empresa se estabiliza y puede llegar a ser igual al de la capacidad instalada.

En la empresa “Modas Isabel” se empezará operando con una capacidad utilizada del 90% y se irá incrementando cada año un 2% anual, hasta alcanzar el nivel máximo de 98%, reservándonos un 2% de la capacidad instalada por efectos de seguridad de los equipos, mantenimiento de la planta y equipos de producción.

**Cuadro N° 37**

<b>Capacidad utilizada</b>			
<b>Años</b>	<b>Unidades producidas 2 maquinas</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Capacidad utilizada</b>
1	2.080	90%	1.872,00
2	2.080	92%	1.913,60
3	2.080	94%	1.955,20
4	2.080	96%	1996,80
5	2.080	98%	2038,40

**Elaborado:** La Autora

## Participación del mercado.

Para establecer la participación que tendrá el proyecto se toma en cuenta la capacidad insatisfecha del mercado en vestidos de gala la misma que es de 13.714, este valor lo dividimos para la capacidad utilizada la misma que es de 1.872 dándonos como resultado una participación del mismo del 13,65%.

**Cuadro N° 38**

<b>Participación en el mercado</b>		
<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Capacidad utilizada</b>	<b>Participación en el mercado</b>
13.714	1.872,00	13,65%
14.325	1.913,60	13,36%
14.952	1.955,20	13,08%
15.597	1996,80	12,80%
16.258	2038,40	12,54%

**Fuente:** Cuadro 31

**Elaborado:** La Autora

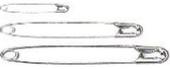
**Cuadro N° 39**  
**Maquinaria equipo**

<b>Cantidad</b>	<b>Articulo</b>	<b>Características</b>	<b>Gráfico</b>
1	Máquina de coser semi industrial	Puntada recta marca 92ack-8720	
1	Maquina cortadora de tela 4 pulgadas GEMSY	Capacidad de trabajo 24 horas ininterrumpidas Cuchilla octogonal de 4 pulgadas	
1	Máquina de coser zigzag ZHEJIANG FOUNDER	Electric tipo kd-2902	
1	Maquina overlock 12 hilos moderna ZSK	El terminal puede ser operado en 14 idiomas, acepta todos los códigos de bordados industriales	
1	Plancha semi industrial	Black & Decker 1200w + Vapor – Antiadherente.	

**Fuente:** Almacenes Juan Eljuri

**Elaboración:** La autora

**Cuadro N° 40  
Herramientas**

Cantidad	Artículo	Características	Gráfico
1	Hilo de hilván	Se emplea para unir las telas previamente a la costura de la máquina de coser.	
1	Alfiler de gancho	Se ocupa para dar vuelta pabilos, sesgos, elásticos	
1	Bobinas de distintos colores	Estas vienen de metal o plástico y se ponen en la máquina de coser	
1	Dedales	Pieza cilíndrica y hueca de metal, se usa para facilitar la confección y el bordado a mano	
1	Abre ojal	Sirve para abrir los ojales de las prendas como pantalones o bolsillos.	
1	Set de tijeras	Largo promedio entre 18 y 25 cm. Los mangos son aplanados	
1	Cinta métrica	Contiene por ambas caras con centímetros evitando pérdida de tiempo	
1	Set de reglas	Se utiliza todo el juego de escuadras u además de ello una escuadra curva	
1	Tiza de sastre	Es de arcilla y de diferentes colores, los bordes deben mantenerse delgados a fin de trazar líneas delgadas	
1	Mesa de trabajo	Mesa antigua de madera	
1	Kit de agujas	Barrita punteada de metal con un agujero en el extremo	

**Fuente:** Almacén Juan Eljuri

## **Balance de materiales**

- **Materia prima directa**

**Shantoo:** Se utilizara 17 rollos de tela (cada rollo trae 100 yardas) (se utilizara 2 yardas para cada prenda)

**Sharmus:** Se utilizara 13 rollos de tela sharmus

**Gipuir:** Se utilizara 4 rollos de tela gipui.

**Chifon:** Se utilizara 8 rollos de tela chifon.

- **Materia prima indirecta**

**Chaquira:** Se utilizara 1000 unidades de chaquira.

**Lentejuela:** Se utilizara 1000 unidades de lentejuelas.

**Cierres:** Se utilizara 4 unidades de cierres.

**Elásticos:** Se utilizara 1 metro de elástico por prenda.

**Gafetes:** Se utilizara 100 unidades de gafetes.

**Barrillas:** Se utilizara 16 unidades de barrilla.

**Hombreras:** Se utilizara 16 unidades de hombreras.

**Cordón:** Se utilizara 8 metros de cordón.

**Botones:** Se utilizara 374 botones para los vestidos.

## Diagrama de Flujo del Proceso de Producción.

Este diagrama de procesos nos permite representar gráficamente el proceso de operación e inspección de las actividades que se realizan.

**Cuadro N° 41**  
**Diagrama de Flujo del Proceso de Producción**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>SIMBOLOGÍA</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
Operación		Al producir o realizar algo
Transporte		Al cambiar de lugar o mover algo
Inspección		Verificar
Demora		Retrasa proceso siguiente
Almacenaje		Al Proteger productos o materiales
Operación combinada		Al realizar una operación e inspección al mismo tiempo

**Elaborado:** La Autora

### Proceso de producción.

El proceso productivo de la confección de los vestidos de gala es consecutivo, el mismo que se lo describe a continuación.

**1. Recepción e inspección de la materia prima:** Una vez que la materia prima es entregada por nuestros proveedores esta es inspeccionada que

la misma llegue en óptimas condiciones como son cantidad calidad colores que fueron pedidos los mismos que deben estar libre de defectos.

**2. Almacenamiento de la materia prima:** Luego de ser inspeccionada se procede a su almacenamiento en la bodega hasta ser requerida por el modista

**3. Transporte al área de diseño:** El bodeguero receipta el pedido del diseñador y procede a trasladar la materia prima hasta el área de diseño.

**4. Trazado del diseño:** El diseñador precede a trazar las diferentes piezas que formaran el vestido utilizando la tiza sastre.

**5. Corte del diseño:** Una vez que todas las piezas están trazadas se procede a realizar los diferentes cortes para ello se utiliza la maquina cortadora.

**6. Transporte al área de hilvanado:** La operaria procede a hilvanar todos los bordes cortados para que los mismos no se deshilen.

**7. Traslado al área de costura:** Las piezas de tela se transportan al área de costura.

**8. Ensamble de las piezas de tela:** Se realiza el ensamble de las distintas piezas cortadas: delanteros, espalda, mangas, forros, vistas y entretelas, por medio de máquinas de coser. Las piezas de tela tienen guías por donde

se deberá realizar la costura.

**9. Transporte al área de acabado:** Una vez cosido el vestido, se transporta al área de acabado.

**10. Acabado del vestido:** En esta etapa se realizan en el vestido los dobladillos, adornos, resortes y broches, de acuerdo con las especificaciones y requerimientos de las clientas.

**11. Transporte al área de planchado:** Las prendas se transportan al área de planchado.

**12. Planchado:** La prenda es sometida a una plancha industrial, la misma que permite realizar los dobleces requeridos en la prenda.

**13. Inspección:** Una vez terminada la prenda, se efectúa la inspección para verificar que no existan fallas.

**14. Etiquetado:** En este proceso se realiza la colocación de la etiqueta en el vestido, el mismo que es colocado en la parte superior trasera de la prenda.

**15. Empaque:** El vestido se coloca en un armador metálico de colores, y se cubre con el forro protector impermeable para evitar que se ensucie o se manche.

**16. Transporte a almacén:** Este se realiza usando roperos móviles

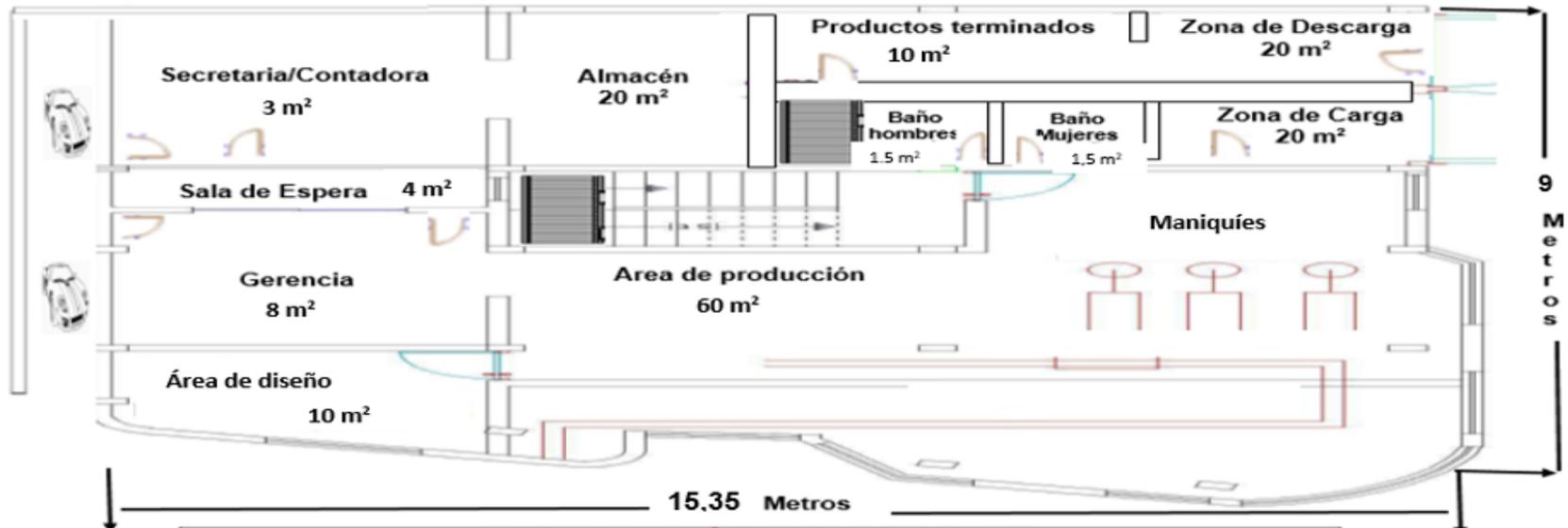
**17. Almacenamiento:** Se almacena el producto terminado hasta la entrega del mismo al cliente o su comercialización.

**Cuadro N° 42**  
**Flujo grama de procesos**

N°	Proceso							Tiempo	Unidades por día
1	Recepción e inspección de la materia prima	_____						30	<b>4 vestidos de gala por maquina</b>  <b>4 * 2 máquinas = 8 vestidos de gala</b>
2	Almacenamiento de la materia prima	/						20	
3	Transporte al área de diseño	/						10	
4	Trazado del diseño	/						40	
5	Corte del diseño	/						120	
6	Hilvanado	/						45	
7	Traslado al área de costura	/						10	
8	Ensamble de las piezas de tela	/						60	
9	Transporte al área de acabado	/						10	
10	Acabado del vestido	/						45	
11	Transporte al área de planchado	/						5	
12	Planchado	/						20	
13	Inspección	/						15	
14	Etiquetado	/						15	
15	Empaque	/						15	
16	Transporte a almacén	/						10	
17	Almacenamiento	/						10	
<b>Total</b>							<b>480 minutos</b>		

Elaborado: La Autora

**Cuadro N°43**  
**Distribución física de la planta**



<b>DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA</b>			
Gerencia	8 metros	Zona de carga	20 metros
Secretará/contadora	3 metros	Zona de descarga	20 metros
Almacén	20 metros	Área de producción	40 metros
Sala de espera	4 metros	Área de diseño	10 metros
Baño de mujer	1,5 metros	<b>Sub Total</b>	<b>90 metros</b>
Baño de hombre	1,5 metros		
Productos terminados	10 metros		
<b>Sub Total</b>	<b>48 metros</b>		
<b>Total</b>		<b>138 metros</b>	

Elaborado: La Autora

### **Estudio administrativo.**

El estudio administrativo toma en cuenta la elaboración del organigrama de la empresa, asigna funciones y responsabilidades, el estudio administrativo debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución de la empresa.

### **Organización legal de la empresa.**

Determina la razón social que tendrá la empresa se debe regir según lo que dispone la ley de compañías y sus reglamentos que rige en el Ecuador

### **Organización Legal.**

Según el artículo 92 de la ley de compañías nos manifiesta:

“Art. 92.- La 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 añadirá, en todo caso, las palabras "compañía limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los

términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora",<sup>1</sup> etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

**Requisitos exigidos por la ley son los siguientes:**

a.- Acta constitutiva.

b.- Razón Social de la empresa: **“Modas Isabel”**

c.- Domicilio: Se ubicará en las calles Sucre entre Mercadillo y Lourdes.-

Capital social. Por determinarse

e.- Tiempo de duración: cinco años.

**Objeto Social.** La empresa **“Modas Isabel”** Será una empresa dedicada a la confección y comercialización de vestidos de gala. **Capital.** El capital requerido para la puesta en marche del proyecto se lo realizara de formas de financiamiento una interna y otra externa la interna con aportaciones de los socios y la externa a través de una institución crediticia.

**Minuta de constitución de compañía de responsabilidad “Modas Isabel” Cía. Ltda.**

En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese incorporar una que contiene la constitución de la compañía de responsabilidad limitada **“Modas Isabel”**, a las señoras de las siguientes estipulaciones:

---

<sup>1</sup>Pag.17 LEY DE COMPAÑÍAS H. CONGRESO NACIONAL

**Primera.- Comparecientes:** Al otorgamiento de la presente escritura pública comparecen las señoras Beatriz Isabel Vargas Guarnizo, Ligia Mercedes Vargas Guarnizo y Silvia Esperanza Vargas Guarnizo, todas de nacionalidad ecuatoriana, domiciliadas en la ciudad de Loja, con capacidad para obligarse, sin impedimento para la constitución de la presente compañía.

**Segunda.- Declaración de voluntad:** La ciudadana mencionada en la cláusula anterior, declara su voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada que llevará el nombre de “**Modas Isabel**”, y que tendrá como marco legal la constitución de la república, la ley de compañías, el código de comercio, los estatutos de la compañía, el código civil y demás normas supletorias pertinentes así como también de los reglamentos internos de la sociedad y otros emanados de la potestad de la Superintendencia de compañías la que ejercerá sobre esta compañía un control parcial.

**Tercera.- estatuto de la compañía de responsabilidad limitada “Modas Isabel”. Cía. Ltda.**

**Capítulo primero: Nombre, domicilio, plazo de duración y objeto social de la compañía.- Art. Uno: Nombre.-** La Compañía tendrá por nombre una denominación objetiva más una expresión peculiar, como es “**Modas Isabel**” Cía. Ltda. Un lugar donde la reina eres tú, **Art. Dos: Domicilio.-**

La Compañía tiene su domicilio principal en la calle Sucre entre Mercadillo y Lourdes en la ciudad de Loja, provincia de Loja, podrá establecer sucursales en cualquier parte del territorio nacional o del extranjero, si así lo resuelve la junta general de socios de acuerdo al presente estatuto y a la ley de compañías. **Art. Tres: Objeto social.-** La compañía tendrá por objeto social las siguientes actividades: a) Elaboración, comercialización de vestidos de gala; la compañía con el fin de llevar a cabo la consecución de su objeto industrial, podrá realizar todo tipo de actividades relacionadas con su giro ordinario y objeto comercial principal. **Art. Cuatro.- Duración:** Constitúyase la presente compañía de responsabilidad limitada para un período de veinte años contados a partir de la fecha de inscripción de la compañía en el Registro Mercantil del domicilio principal; pero la misma podrá disolverse o prorrogarse de acuerdo a la anuencia de la Junta General de socios, que procederá para ello conforme lo señala la ley de compañías, y requerirá tanto para la prórroga como para la disolución anticipada, el voto favorable de la totalidad de los socios. Esto sin perjuicio de que la Compañía pueda disolverse mediante resolución motivada de la Superintendencia de Compañías atendiendo a las causales legales, o por el ministerio de la ley de ser el caso.

**Capítulo segundo: Capital social, participaciones y reserva legal de la compañía.- Art. Cinco.- Capital:** El capital social de la compañía al inicio de sus operaciones, es de tres mil dólares de los Estados Unidos de Norte América (3.000), suscrito y pagado en su totalidad conforme consta del

cuadro de integración de capital anexo. **Art. Seis.- Participaciones:** El capital se encuentra dividido en tres mil participaciones, iguales, acumulativas e indivisibles de un dólar cada una. Las mismas constarán de certificados de aportación donde conste su carácter de no negociable, dichos certificados serán nominativos y no podrán cederse o transferirse libremente sino con el consentimiento unánime del capital social; estos certificados estarán firmados por el gerente general y por el Presidente de la compañía.- **Art. Siete.- Aumento:** La Junta general de socios podrá acordar el aumento del capital en cualquier tiempo, el cual podrá hacerse en la forma que establece la Ley de compañías Arts. 140 y 104. El aumento de todas maneras no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública. En el aumento los socios tendrán derecho de suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.- **Art. Ocho.- Reducción:** La reducción del 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. Nueve.- Fondo de reserva legal:** La compañía formará forzosamente un fondo de reserva legal por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

**Capítulo tercero.- De los socios, de sus deberes, atribuciones y responsabilidad.- Art. Diez.- Obligaciones:** 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, y el gerente general de la compañía; c) Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuvieran en la compañía, cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y, d) las demás que señale el estatuto. **Art. Once.- 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. **Art. Doce.- Responsabilidad:** La responsabilidad de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

**Capítulo cuarto.- del gobierno y administración de la compañía:**  
**sección uno.- de la junta general de socios:**

**Art. Trece.- De la junta general:** La junta general de socios es el órgano supremo de gobierno de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum, habrá un gerente general cuyas atribuciones estarán singularizadas en el presente Estatuto. **Art. Catorce.- Atribuciones de la junta general de socios:** Son atribuciones privativas de la junta general de socios las siguientes: a) Designar y remover administradores y gerentes

y señalar su remuneración; b) Aprobar las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores y gerentes; c) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales; d) Consentir en la cesión de las partes sociales, y la admisión de nuevos socios; e) decidir acerca del aumento o disminución del capital, fusión o transformación de la compañía, disolución anticipada, la prórroga del contrato social, y en general conocer sobre cualquier reforma al contrato constitutivo y al Estatuto; f) Resolver sobre el gravamen o enajenación de inmuebles propios de la compañía; g) Resolver sobre la forma del reparto de utilidades; h) acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de la Ley de Compañías; i) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes; j) resolver sobre la creación de reservas facultativas; k) resolver los asuntos que no sean de competencia privativa del Gerente General y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía; l) 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; m) Aprobar los reglamentos de la compañía; n) Aprobar el presupuesto de la compañía; o) Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones y oficinas de la compañía; p) Fijar la clase y monto de las cauciones que tengan que rendir los empleados que manejen bienes y valores de la compañía; q) Las demás que señale la Ley de compañías y este estatuto. **Art. Quince.-**

**Sesiones:** Las sesiones de junta general serán ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria

del Gerente. A ellas concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, al cual conferirán poder escrito para cada junta. Las **ordinarias** se llevarán a cabo una vez al año por lo menos, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, en el domicilio de la compañía, y sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria bajo pena de nulidad. Las **extraordinarias** se llevarán a cabo en cualquier época en que fueren convocadas, de igual manera se efectuarán en el domicilio de la compañía, y sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria bajo pena de nulidad. **Art. Dieciséis.- Convocatoria:** La convocatoria para las juntas generales las realizará el Gerente mediante comunicación escrita a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos entre el día de la convocatoria y el día fijado para la reunión. No obstante, el o los socios que representen el diez por ciento del capital social podrán solicitar al Superintendente de Compañías la convocatoria a junta si creyeren conveniente. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, hora y el orden del día u objeto de la sesión. **Art. Diecisiete.- Quórum:** La junta se entenderá válidamente reunida para deliberar en primera convocatoria si se encuentran presentes 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 indicará en la convocatoria. La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido. **Art. Dieciocho.- Decisiones:** Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la reunión, con las excepciones que señale

el estatuto y la ley de compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Las resoluciones tomadas con arreglo a la ley obligarán 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. Diecinueve.- Presidencia:** Las sesiones de Junta General de Socios serán presididas por el gerente general. **Art. Veinte.- Actas:** De cada sesión se elaborará un expediente que contenga además la copia del acta donde conste lo tratado en ella, y los demás documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, y los demás documentos que hubiesen sido conocidos por la Junta. Las actas de las sesiones de Junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas, numeradas, escritas en el anverso y reverso, anulados los espacios en blanco, las que llevarán la firma del gerente y secretaria. 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.

**Sección Dos.- Del gerente general. art. veintiuno.- del gerente general:**

El gerente general será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en su cargo pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no. **Art. Veintidós.- Deberes y atribuciones:** Son deberes y atribuciones del gerente general de la compañía: a) Representar legalmente a la compañía, en forma judicial y extrajudicial; b) Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas c) velar

por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad. d) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía; e) Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía; f) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía; g) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía; h) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, hasta la cuantía que fije la junta general de socios; i) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro mercantil; j) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta; k) Manejar las cuentas bancarias de la compañía según sus atribuciones; l) 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 beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; ll) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios; m) Designar a los empleados de la compañía; 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 las que señale la junta general de socios.

#### **Capítulo quinto.- De la fiscalización y control.- artículo veintitrés.-**

**Auditoria:** La Junta General de Socios podrá contratar, en cualquier tiempo, la asesoría contable o auditoria de cualquier persona natural o

jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia. En lo que se refiere a auditoría externa se estará a lo que dispone la Ley.

**Capítulo sexto.- De la disolución y liquidación .artículo veinticuatro.-**

**Disolución:** 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. Veinticinco.- Excepción:** No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

**Cláusula cuarta.- Declaraciones:** Uno: El capital con que se constituye la compañía ha sido suscrito íntegro y pagado en la siguiente forma: a) Cada uno de los socios: Beatriz Isabel Vargas Guarnizo, Ligia Mercedes Vargas Guarnizo y Silvia Esperanza Mercedes Guarnizo, suscriben las acciones de un dólar, con lo cual las participaciones quedan suscritas y pagadas en su totalidad, conforme consta del cuadro de integración que a continuación se inserta.- El pago del capital suscrito consta de la papeleta de depósito en la cuenta de integración de capital abierta a nombre de la compañía en el banco de Loja, la misma que se agrega a esta escritura.- Dos: Los socios fundadores de la Compañía nombran por unanimidad a la Señora: **Beatriz Isabel Vargas Guarnizo**, como **Gerente General de la Compañía de confesiones “Modas Isabel” Cía. Ltda.”** Un lugar donde la reina eres tú

y como secretaria a Ligia Mercedes Vargas Guarnizo, autorizan a la gerente general para que, realice los trámites y gestiones necesarias para la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el registro mercantil y todos los trámites pertinentes a fin de que la compañía pueda operar.- Usted señor notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la compañía antes nombrada.

Beatriz Isabel Vargas Guarnizo

**Gerente**

Ligia Mercedes Vargas Guarnizo

**Secretaria**

## **Organización administrativa.**

En la organización administrativa se debe tomar en cuenta el tiempo de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades a realizar.

## **Niveles administrativos.**

Es prioritario diseñar el modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo dentro de la empresa.

## **Nivel Legislativo o directivo.**

Representa el máximo nivel de dirección de la empresa y se encuentra representado por la junta general de socios y está representado, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

### **Nivel Ejecutivo.**

Es el segundo nivel de autoridad dentro de la empresa, está representado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la Junta General de accionistas, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es planear, orientar, dirigir e interpretar planes, programas y todas las demás actividades que le fueren encomendadas.

### **Nivel Asesor.**

En la empresa se contará con un abogado el mismo que será temporal, se encargará de orientar las situaciones de carácter laboral y judicial.

### **Nivel Auxiliar o de Apoyo.**

Este nivel brinda ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios en forma oportuna y eficiente y está representado por la secretaria.

### **Nivel Operativo.**

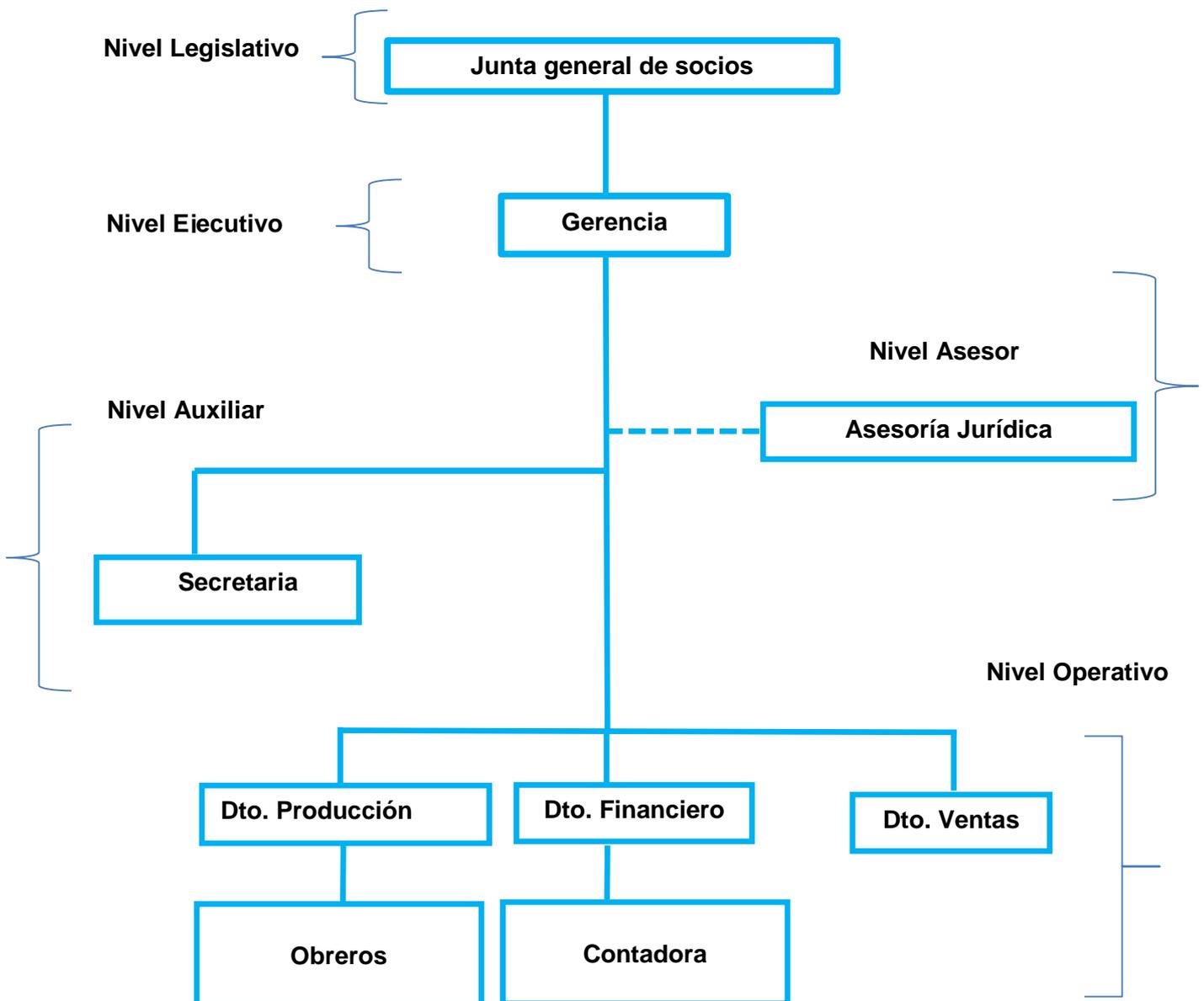
Se encuentra representado por los jefes departamentales de finanzas, producción y ventas. Es el elemento humano que está relacionado directamente con todo el proceso productivo tiene que ver con las tareas asignadas así como el cumplimiento de metas fijadas por la empresa.

## Organigrama estructural.

En el organigrama estructural la representación gráfica comprende la distribución de las funciones, puestos, áreas y relaciones de una empresa

**Gráfica N° 44**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

### **EMPRESA "MODAS ISABEL"**



Elaborado: La Autora

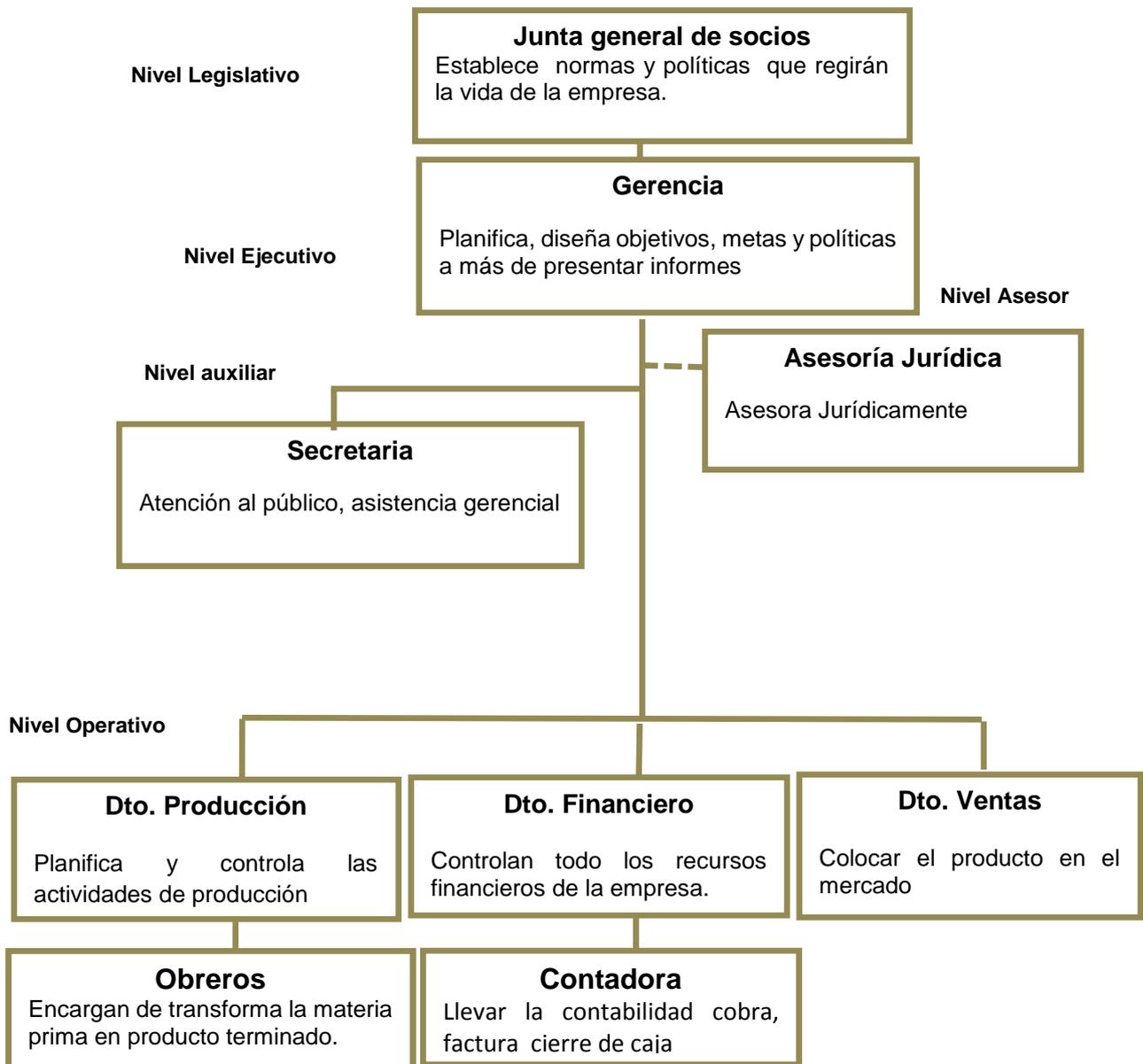
## Organigrama funcional.

En el organigrama funcional indica la manera como está distribuida la responsabilidad de cada función en las áreas de la empresa.

**Grafica N° 45**

### Organigrama Funcional

#### Empresa "Modas Isabel"

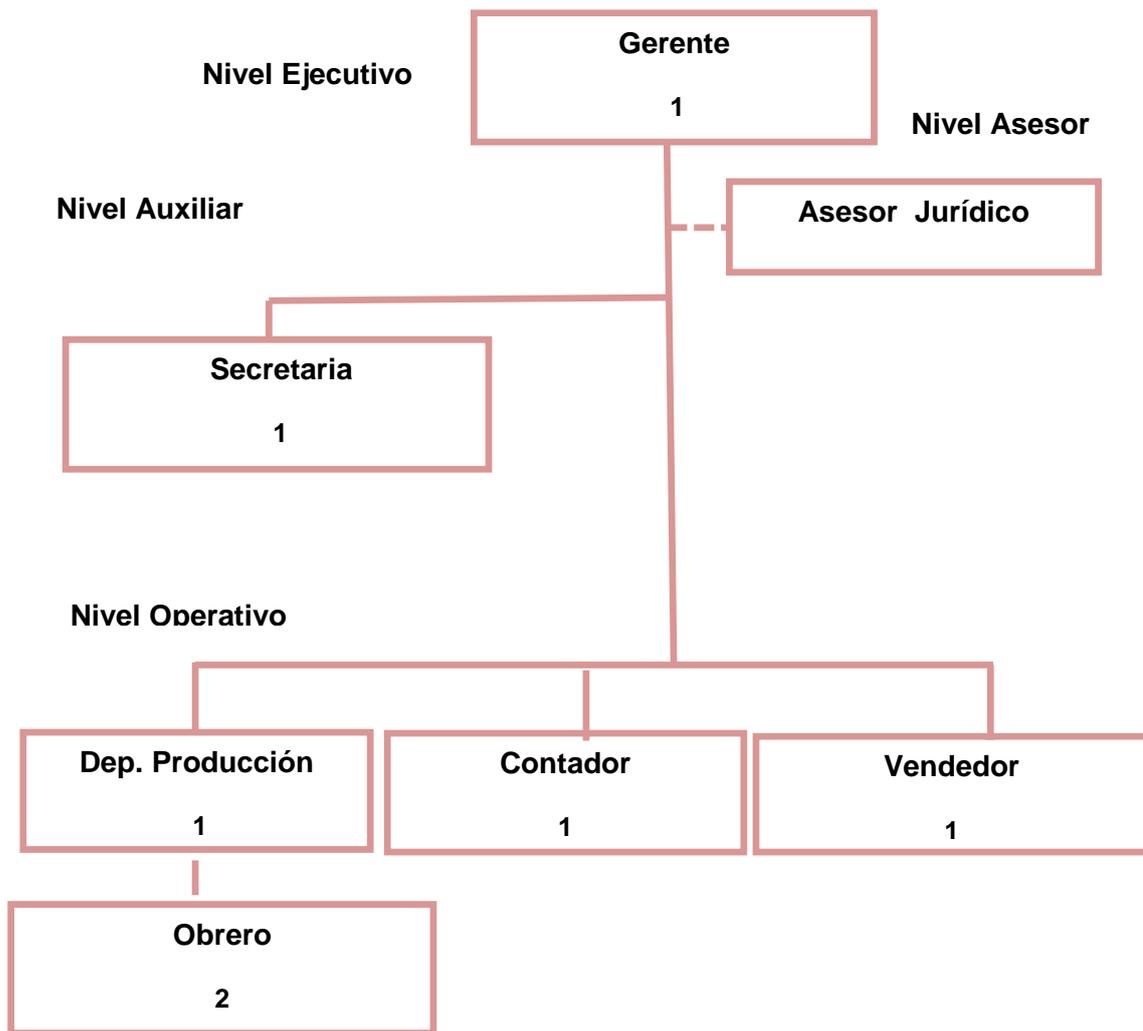


Elaborado: La Autora

## Organigrama posicional.

Representación gráfica de todas las unidades administrativas de una organización y jerarquía o dependencia.

**Grafica N° 46**  
**Organigrama Funcional**  
**Empresa "Modas Isabel"**



Elaborado: La Autora

## **Manual de funciones.**

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

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

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

 <b>Manual Funcional de la empresa “Modas Isabel”</b>	
<b>Nombre del puesto:</b> Junta general de socios	<b>Código:</b> 001
<b>Nivel jerárquico:</b> Legislativo	<b>Dependiente De:</b> Si Mismo
<b>Numero de subalternos :</b>	<b>Sueldo:</b>
<b>Naturaleza del puesto</b>  Analiza los informes financieros entregados por gerencia. Planifica el ingreso de nuevos socios y accionistas	
<b>Funciones Del Puesto</b>  Designar y remover al gerente general Aprobar los balances presentados por el gerente general Tomar decisiones sobre las utilidades de cada ejercicio económico. Resolver la amortización de los aportes sociales Consentir la admisión de nuevos socios Decidir sobre el aumento o disminución del capital social Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía	
<b>Requerimientos Mínimos</b>  Habilidad Ser accionista de la empresa Estar al día en sus aportaciones	
<b>Esfuerzo</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar sus labores.	
<b>Responsabilidad</b>  <b>Por materiales, productos y/o dinero:</b> Su función requiere responsabilidad sobre aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos y procedimientos u otros <b>Por el trabajo de otros:</b> responde por su trabajo.	
<b>Condiciones de trabajo</b> El trabajo se realiza en condiciones normales.	

**Elaborado:** La Autora

 <b>Manual Funcional de la empresa “Modas Isabel”</b>	
<b>Nombre del puesto:</b> Gerente General	<b>Código:</b> 002
<b>Nivel jerárquico:</b> Ejecutivo	<b>Dependiente de:</b> si mismo
<b>Numero de subalternos :</b> 5	<b>Sueldo:</b> \$ 850
<b>Naturaleza del puesto</b>  Planifica, organiza, controla, coordina todas las actividades inherentes a la empresa; en la publicidad y venta en los vestidos de gala.	
<b>Funciones del puesto</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establece los objetivos y metas específicas de la empresa.</li> <li>- Realiza pronósticos de venta manteniendo una relación con el departamento de producción.</li> <li>- Revisa y controla los informes financieros de la empresa</li> <li>- Planifica niveles de adquisición de la materia prima e insumos</li> <li>- Presenta estados financieros a la junta general de accionistas</li> </ul>	
<b>Características de clase</b> El puesto requiere de una formación académica con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar y controlar las actividades del personal que está en su mando.	
<b>Requerimientos mínimos</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Educación:</b> Título de Ing. Comercial.</li> <li>✓ <b>Experiencia:</b> En dirección y negociación. (más de 2 años).</li> </ul>	
<b>Esfuerzo</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar sus labores.</li> <li>✓ <b>Mental Y/O Visual:</b> Atención Intensa, Constante Y Sostenida en la jornada.</li> </ul>	
<b>Condiciones de trabajo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Riesgo:</b> Es poco habitual que el gerente tenga riesgo.</li> </ul>	

**Elaborado:** La Autora

 <b>Manual Funcional de la Empresa "Modas Isabel"</b>	
<b>Nombre del puesto:</b> Secretaria	<b>Código:</b> 003
<b>Nivel jerárquico:</b> Auxiliar	<b>Dependiente de:</b> Gerente general
<b>Numero de subalternos :</b> 1	<b>Sueldo:</b> \$ 380
<b>Naturaleza del puesto</b>  Realiza las labores de contabilidad y asistencia a gerencia	
<b>Funciones típicas</b>  Redactar documentos internos y externos de la empresa Revisar todos los movimientos contables Mantener en buen estado los archivos de la empresa Supervisar el registro diario de operaciones contables Programar citas para el gerente	
<b>Características de clase</b> El puesto requiere de formación en contabilidad y auditoría, con criterio formado, capacidad para coordinar las actividades del personal	
<b>Requerimientos mínimos</b>  <b>Educación:</b> Título de secretaria/contadora <b>Experiencia:</b> (más de 1 años) <b>Iniciativa:</b> Requiere una buena presencia y una atención al cliente excelente.	
<b>Esfuerzo</b>  <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar sus labores. <b>Mental y/o visual:</b> Atención intensa, constante y sostenida en periodos cortos	
<b>Condiciones de trabajo</b>  <b>Riesgo:</b> Es poco habitual que le ocurra alguna clase de accidente	

**Elaborado:** La Autora

 <b>Manual Funcional de la Empresa “Modas Isabel”</b>	
<b>Nombre Del Puesto:</b> Vendedor	<b>Código:</b> 004
<b>Nivel Jerárquico:</b> Operativo	<b>Dependiente De:</b> Jefe de Ventas
<b>Numero De Subalternos :</b> 1	<b>Sueldo:</b> \$ 370
<b>Naturaleza del puesto</b> Planifica, organiza las actividades que se realizaran en la empresa en referencia a ventas y publicidad	
<b>Funciones del puesto</b> Administrar eficientemente la cartera de clientes Generar nuevos clientes para la empresa Apertura nuevas rutas Conocer el mercado en el cual se va a desempeñar y saber qué está sucediendo dentro de él. Atender al público que requiere información en el área de ventas Presentar informe de ventas a su inmediato superior	
<b>Características de clase</b> El puesto requiere de tener formación en administración de empresa o mercadeo Tener el criterio formado Alta iniciativa Capacidad para supervisar, coordinar las actividades diarias en lo referente a las ventas	
<b>Requerimientos mínimos</b> Educación: Egresado en administración de empresas Experiencia: (más de 1 años) Iniciativa: Requiere tener dominio en las ventas y relaciones humanas	
<b>Esfuerzo</b> Físico: Esfuerzo máximo para realizar sus labores. Mental y/o visual: Atención intensa, constante en periodos cortos	
<b>Condiciones de trabajo</b> <b>Riesgo:</b> Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidente.	

**Elaborado:** La Autora



## Manual Funcional de la Empresa "Modas Isabel"

<b>Nombre del puesto:</b> Operarias	<b>Código:</b> 005
<b>Nivel jerárquico:</b> Operativo	<b>Dependiente de:</b> Jefe de producción
<b>Numero de subalternos :</b>	<b>Sueldo:</b> \$ 370
<b>Naturaleza del puesto</b> Ejecución de los labores de producción de la empresa	
<b>Funciones del puesto</b> Ayudar a la fabricación del producto Mantener la limpieza e higiene de la zona de producción Conservar en buen estado y en forma ordenada todos los equipos se utilizarán en el proceso de limpieza y desinfección Colocar los envases en la máquina envasadora, para que el producto terminado sea colocado en su respectivo envase	
<b>Características de clase</b> El puesto requiere de formación especializada como son cursos de sastre o modista En este puesto se requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.	
<b>Requerimientos mínimos</b>  Educación: Título de sastre y modista Experiencia: (más de 2 años) Iniciativa: Requiere tener un conocimiento sobre el proceso productivo del yogurt.	
<b>Esfuerzo</b> Físico: Esfuerzo mínimo para realizar sus labores. Mental y/o visual: Atención intensa, constante y sostenida en la jornada.	
<b>Condiciones de trabajo</b>  <b>Riesgo:</b> Es habitual que ocurra algún tipo de accidente.	

Elaborado: La Autora



Manual Funcional De La Empresa  
"Modas Isabel"

<b>Nombre Del Puesto:</b> Jefe de Ventas	<b>Código:</b> 006
<b>Nivel Jerárquico:</b> Operativo	<b>Dependiente de:</b> Gerencia General
<b>Numero De Subalternos :</b> 1	<b>Sueldo:</b> \$ 370
<b>Naturaleza del puesto</b> Generar y desarrollar estrategias para el posicionamiento de la empresa.	
<b>Funciones del puesto</b> Creación e implementación de estrategias de mercado Generar ingresos a través de innovaciones Coordinar al equipo de trabajo para el logro de las metas establecidas Mantener un sistema adecuado de comercialización Establecer stock mínimos y máximos en bodega Presentar informes de venta a sus superiores	
<b>Características de clase</b> El puesto requiere de formación en administración de empresas, alta iniciativa, capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando.	
<b>Requerimientos mínimos</b> <b>Educación:</b> Título de Ventas <b>Experiencia:</b> En dirección y negociación.( 2 años) <b>Iniciativa:</b> Requiere criterio e iniciativa para planificar y dar prioridad en las diferentes tareas de su puesto de trabajo.	
<b>Esfuerzo</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo para realizar sus labores. <b>Mental y/o visual:</b> Atención intensa, constante y sostenida en la jornada.	
<b>Condiciones de trabajo</b> <b>Riesgos:</b> La posibilidad de que ocurran accidentes de trabajo es muy eventual.	

Elaborado: La Autora



Manual Funcional De La Empresa  
"Modas Isabel"

<b>Nombre del puesto:</b> Gerente de Producción	<b>Código:</b> 007
<b>Nivel Jerárquico:</b> Operativo	<b>Dependiente de:</b> Director general
<b>Numero de subalternos :</b> 2	<b>Sueldo:</b> \$ 600,00
<b>Naturaleza del puesto</b> Planifica , organiza, dirige y controla todas las actividades productivas que se realiza en la empresa	
<b>Funciones del puesto</b> Gestionar y supervisar al personal a su cargo. Organizar y planificar la producción de la empresa. Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima y la distribución y transporte del producto terminado de la empresa. Coordinar con las diferentes áreas de comercialización, finanzas, recursos humanos una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas de la empresa. Optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta de producción.	
<b>Características de clase:</b> Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar la existencia de materia prima para evitar paralización de las actividades	
<b>Requerimientos mínimos</b> <b>Educación:</b> Título de Diseño de modas <b>Experiencia:</b> Compromiso y altas capacidades para planear, organizar, dirigir y controlar. (Más de 1 años) <b>Iniciativa:</b> Requiere criterio e iniciativa para planificar, organizar, ejecutar, evaluar y tomar decisiones de trascendencia.	
<b>Esfuerzo</b> <b>Físico:</b> Esfuerzo mínimo para realizar sus labores. <b>Mental y/o visual:</b> Atención intensa, constante y sostenida en la jornada.	
Condiciones de trabajo Riesgos: La posibilidad de que ocurran accidentes de trabajo es muy eventual.	

**Elaborado:** La Autora



## Manual Funcional De La Empresa “Modas Isabel”

**Nombre del puesto:** Chofer

**Código:** 008

**Nivel Jerárquico:** Auxiliar

**Dependiente de:**

**Numero de subalternos :**

**Sueldo:** \$ 370

### Naturaleza del puesto

Encargado del transporte de los vestidos al lugar de destino y entrega de los mismos a los clientes.

### Funciones del puesto

Entregar los productos en los lugares convenidos, planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.

Responsabilizarse del vehículo y productos que se le asignen.

Entrega oportuna de la mercadería solicitada por clientes

Gestionar y supervisar al personal a su cargo.

### Características de clase

Requiere conocimientos de distribución y venta del producto.

Requiere de ser chofer profesional y un adiestramiento en relaciones humanas.

Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.

Representar a la empresa ante los diversos medios de distribución y comercialización del mercado

### Requerimientos mínimos

**Educación:** Título de bachiller

**Experiencia** (Más de 1 años)

### Esfuerzo

**Físico:** Esfuerzo mínimo para realizar sus labores.

**Mental y/o visual:** Atención intensa, constante y sostenida en la jornada.

### Condiciones de trabajo

**Riesgos:** La posibilidad de que ocurran accidentes de trabajo es muy eventual.

Elaborado: La Autora

## **ESTUDIO FINANCIERO.**

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión.

Para realizar el estudio financiero se utiliza información de varias fuentes como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, demanda, costos laborables, costos de financiamiento, etc.

### **Inversiones.**

Representa el desembolso incremental en el dinero que se precisa para instalar una máquina, construir una planta o para cualquier cosa que lleve consigo la inversión de capital en bienes.

Para poder determinar la inversión del proyecto se tomara en cuenta tres tipos de activos entre los que tenemos:

- ✚ Activos fijos
- ✚ Activos intangibles o diferidos
- ✚ Capital de trabajo

### **Activo fijo.**

Son los bienes de la empresa, que sirven para que la misma pueda operar, transformando la materia prima en producto final, normalmente estos activos no se destinan para la venta.

Dentro de los activos fijos la implantación del proyecto tenemos:

### **Adecuación de las instalaciones.**

Por ser un proyecto nuevo se tomara en arriendo un local para las operaciones de la empresa al cual se le realizara las adecuaciones, designando los espacios adecuados para el proceso de elaboración de los vestidos su comercialización y la parte administrativa.

**Cuadro N° 44**  
**Adecuación de las instalaciones**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V/U</b>	<b>V/Total</b>
Adecuación e instalaciones	unidad	1	1.900,00	1.900,00
<b>Total</b>				<b>1.900,00</b>

**Fuente:** Contratista

**Elaborado:** La Autora

### **Maquinaria y equipo.**

Lo componen los elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de elaboración de los vestidos de gala, siendo los elementos

fundamentales para el proceso de transformación de la materia prima en producto terminado.

**Cuadro N° 45  
Maquinaria y equipo**

<b>Maquinaria y equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V/U</b>	<b>V/T</b>
Máquina de coser semi industrial	1	500,00	500,00
Maquina cortadora	1	145,00	145,00
Máquina de coser zigzag	1	700,00	700,00
Maquina overlock	1	900,00	900,00
Plancha semi industrial	1	85,00	85,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.330,00</b>

**Fuente:** Almacenes Juan Eljuri

**Elaborado:** La Autora.

### **Herramientas.**

Está compuesto por aquel equipo de producción manual necesario para la elaboración de los vestidos los mismo que permite realizar un correcta trabajo.

**Cuadro N° 46  
Herramientas.**

<b>Herramientas</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V/U</b>	<b>V/T</b>
Alfiler de gancho	Unidad	100	0,05	5,00
Bobinas	Unidad	15	2,00	30,00
Dedales	Unidad	6	1,50	9,00
Abre ojal	Unidad	3	2,00	6,00
Set de tijeras	Unidad	1	79,00	79,00
Cinta métrica	Unidad	3	1,50	4,50
Set de reglas	Unidad	2	45,00	90,00
Tiza de sastre	Unidad	100	0,30	30,00
Mesa de trabajo	Unidad	2	100,00	200,00
Kit de agujas	Unidad	3	15,00	45,00
<b>Total</b>			<b>246,35</b>	<b>498,50</b>

**Fuente:** Almacenes Juan Eljuri

**Elaborado:** La Autora

## Muebles y enseres.

Son los muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa.

**Cuadro N° 47**

### Muebles y enseres

Muebles y Enseres	Cantidad	V/U	V/T
Escritorio	2	190,00	380,00
Sillón Gerente	1	150,00	150,00
Sillón Secretaria	1	85,00	85,00
Archivador	1	100,00	100,00
Sillas apilables	4	25,00	100,00
<b>Total</b>			<b>815,00</b>

Fuente: Almacenes Rosas Iñiguez

Elaborado: La Autora

## Equipo de Oficina.

Lo componen los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa.

**Cuadro N° 48**

### Equipo de oficina.

Equipos de Oficina	Cantidad	V/U	V/T
Sumadora Casio	2	45,00	90,00
Cámara	1	155,00	155,00
Teléfono	2	25,00	50,00
Reloj de pared	1	12,00	12,00
<b>Total</b>			<b>307,00</b>

Fuente: Almacenes Rosas Iñiguez

Elaborado: La Autora

## Equipos de computación.

Son utilizados en el departamento administrativo para llevar una correcta operatividad en su funcionamiento y movimientos económicos que hará la empresa.

**Cuadro N° 49**  
**Equipo de computación.**

Equipos de Computación	Cantidad	V/U	V/T
Computadora HP	2	600,00	1.200,00
Impresora HP	2	45,00	90,00
<b>Sub. Total</b>			<b>1.290,00</b>
Reinversión			430,00
<b>Total</b>			<b>1.720,00</b>

Fuente: Almacenes Toners

Elaborado: La Autora

## Resumen de depreciaciones de los activos fijos.

Los activos fijos se muestran en el cuadro siguiente:

**Cuadro N° 50**  
**Resumen de depreciaciones de los activos fijos.**

Descripción	Valor del Bien	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Adecuación de instalación	1900,00	20%	95,00	5	94,76
Maquinaria y equipos	2330,00	10%	233,00	10	209,70
Muebles y Enseres	815,00	10%	81,50	10	73,35
Equipos de Oficina	307,00	10,00%	30,70	10	30,39
Equipos de Computación	1720,00	33,33%	573,30	3	382,20
<b>Total</b>	<b>7072,00</b>		<b>1013,49</b>		<b>790,40</b>

Elaborado: La Autora

## Total de activos fijos.

**Cuadro N° 51**  
**Total de activos fijos**

<b>Activos</b>	<b>Valor Total</b>
Adecuación e instalaciones	1.900,00
Herramientas	498,50
Maquinaria y equipos	2.330,00
Muebles y Enseres	815,00
Equipos de Oficina	307,00
Equipos de Computación	1.720,00
<b>Sub. Total</b>	<b>7.570,50</b>
Imprevistos 5 %	378,53
<b>Total</b>	<b>7.949,03</b>

Elaborado: La Autora

## Activos diferidos.

Son representados por los costos y gastos los mismos que se las realizan sobre los activos constituidos por los servicios constituidos o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto los mismos que son susceptibles de amortización.

**Cuadro N° 52**

### Inversión en Activos diferidos

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Estudios del Preliminar	900,00
Constitución legal	300,00
Gastos de constitución	95,00
Permiso de Funcionamiento	65,00
<b>Sub Total</b>	<b>1.360,00</b>
Imprevistos 5%	68,00
<b>Total</b>	<b>1.428,00</b>

Fuente: Observación directa

Elaborado: La Autora

El estudio está proyectado para cinco años, por lo tanto la amortización de este activo se detallado de la siguiente forma:

**Cuadro N° 53**  
**Amortización de activos diferidos**

<b>Año</b>	<b>Activo diferido</b>	<b>Amortización</b>	<b>Saldo final</b>
1	1.428,00	285,60	1.142,40
2	1.142,40	285,60	856,80
3	856,80	285,60	571,20
4	571,20	285,60	285,60
5	285,60	285,60	0,00

**Fuente:** Cuadro 52

**Elaborado:** La Autora

### **Activo circulante o capital de trabajo**

Son los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas.

En el proyecto se establece el capital de trabajo para un año.

### **Materia prima directa**

Para la elaboración de vestidos de gala es necesaria que la planta cuente con la materia prima necesaria para realizar sus operaciones.

**Cuadro N° 54**  
**Materia prima directa**

<b>Descripción del Producto</b>	<b>% en Rollos</b>	<b>Rollos</b>	<b>Valor del rollo</b>	<b>Valor total</b>
Shantoo	40%	17,00	1.200	20.400
Sharmus	30%	13,00	800	10.400
Gipuir	10%	4,00	3.500	14.000
Chifón	20%	8,00	600	4.800
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>42,00</b>	<b>6.100</b>	<b>49.600</b>

**Fuente:** Elaboración directa

**Elaborado:** La Autora

### **Proyección de la materia prima.**

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 55**  
**Proyección de la materia prima.**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	49.600,00
2	51.132,64
3	52.712,64
4	54.341,46
5	56.020,61

**Elaborado:** La Autora

### **Mano de obra directa**

Es la mano de obra que tiene relación directa con la producción, está dada por el trabajo de los obreros y personal calificado.

**Cuadro N° 56**  
**Mano de obra directa**

<b>Denominación</b>	<b>Jefe producción</b>	<b>Obreros</b>
Sueldo Básico	500,00	370,00
Décimo Tercero	41,67	30,83
Décimo Cuarto	30,50	30,50
Vacaciones	20,83	15,42
Aporte patronal 12,15%	60,75	44,96
Fondos de Reserva 8,33%	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>653,75</b>	<b>491,71</b>
Número de obreros	1,00	2,00
<b>Total mensual</b>	<b>653,75</b>	<b>983,41</b>
<b>Total anual</b>	<b>7845,00</b>	<b>11800,92</b>
<b>Total de Sueldos</b>	<b>19645,92</b>	

**Fuente:** Inspectoría del trabajo

**Elaborado:** La Autora

**Proyección de la mano de obra directa.**

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 57**  
**Proyección de la mano de obra directa.**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	19.645,92
2	19.718,39
3	20.327,69
4	20.955,81
5	21.603,35

**Elaborado:** La Autora

### Materia prima indirecta.

Está constituida por los materiales que están sujetos a transformación y no se los puede identificar con el producto terminado.

**Cuadro N° 58**  
**Materia prima indirecta.**

Descripción del producto	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo diario	Costo mensual	Costo anual
Chaquira	Unidad	1.000	0,00007	0,07	1,54	18,48
Lentejuela	Unidad	1.000	0,00007	0,07	1,54	18,48
Cierres	Unidad	4	0,60	2,40	52,80	633,60
Elásticos	Metro	1	0,60	0,60	13,20	158,40
Gafetes	Unidad	100	0,005	0,50	11,00	132,00
Barrillas	Unidad	16	0,20	3,20	70,40	844,80
Hombreras	Unidad	16	0,10	1,60	35,20	422,40
Cordón	Metro	8	0,15	1,20	26,40	316,80
Botones	Unidad	374	0,01	3,74	82,28	987,36
<b>Total</b>				<b>13,38</b>	<b>294,36</b>	<b>3.532,32</b>

Fuente: Casas comerciales

Elaborado: La Autora

### Proyección de la materia prima indirecta.

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 59**  
**Proyección de la materia prima indirecta.**

Años	Proyección 3,09%
1	3.532,32
2	3.641,47
3	3.753,99
4	3.869,99
5	3.989,57

Elaborado: La Autora

## Sueldos administrativos.

Son los sueldos para el personal que trabaja en la parte administrativa de acuerdo a los puestos o cargos, así como el sueldo para el gerente, la secretaria/contadora.

### Cuadro N° 60

#### Sueldos administrativos

Denominación	Gerente	Secretaria/ Contadora
Sueldo Básico	500,00	380,00
Décimo Tercero	41,67	31,67
Décimo Cuarto	30,50	30,50
Vacaciones	20,83	15,83
Aporte patronal 12,15%	60,75	46,17
Fondos de Reserva 8,33%	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>653,75</b>	<b>504,17</b>
Número de obreros	1,00	1,00
<b>Total mensual</b>	<b>653,75</b>	<b>504,17</b>
<b>Total anual</b>	<b>7845,00</b>	<b>6050,04</b>
<b>Total de Sueldos</b>	<b>13895,04</b>	

Fuente: Inspectoría del trabajo

Elaborado: La Autora

## Proyección de sueldos administrativos.

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 61**  
**Proyección de sueldos administrativos.**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	16886,64
2	16976,60
3	17501,18
4	18041,97
5	18599,46

**Elaborado:** La Autora

**Vendedor.**

Es el sueldo designado al personal de ventas el mismo que se lo considera como gastos de ventas.

**Cuadro N° 62**

**Vendedor**

<b>Denominación</b>	<b>Vendedor</b>
Sueldo Básico	370,00
Décimo Tercero	30,83
Décimo Cuarto	30,50
Vacaciones	15,42
Aporte patronal 12,15%	44,96
Fondos de Reserva 8,33%	0,00
<b>Total</b>	<b>491,71</b>
Número de obreros	1,00
<b>Total mensual</b>	<b>491,71</b>
<b>Total anual</b>	<b>5900,46</b>
<b>Total de Sueldos</b>	<b>5900,46</b>

**Fuente:** Inspectoría del trabajo

**Elaborado:** La Autora

### Proyección del sueldo del vendedor.

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 63**  
**Proyección de sueldo vendedor.**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	5.900,46
2	5.931,28
3	6.114,56
4	6.303,50
5	6.498,28

Elaborado: La Autora

### Servicios básicos

Está dado por la energía eléctrica, el agua potable que será utilizada en el local y son usados por el personal tanto administrativo como operativo

**Cuadro N° 64**  
**Servicios básicos**

<b>Especificación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Agua Potable m3	100	0,096	9,60	115,20
Energía Eléctrica Kwh	220	0,11	24,20	290,40
Teléfono	250	0,06	15,00	180,00
<b>Total</b>			<b>48,80</b>	<b>585,60</b>

Fuente: Municipio, EERSA, CNT

Elaborado: La Autora

### Proyección de servicios básicos.

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 65**  
**Proyección de servicios básicos.**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	585,60
2	603,70
3	622,35
4	641,58
5	661,40

**Elaborado:** La Autora

**Suministros de oficina.**

Está constituida por el material y papelería que se utilizara en la oficina como papel bond, carpetas, perforadora, grapadora, esferográficos, tinta de impresión necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

**Cuadro N° 66**  
**Suministros de oficina.**

<b>Especificación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Folios	6	1,50	9,00	108,00
Perfiles	4	0,25	1,00	12,00
Perforadora	1	2,50	2,50	30,00
Grapadora	1	2,50	2,50	30,00
Resma de papel bond	1	3,00	3,00	36,00
Esferos	3	0,25	0,75	9,00
Lápices	3	0,20	0,60	7,20
<b>Total</b>			<b>19,35</b>	<b>232,20</b>

**Fuente:** Librería Santiago

**Elaborado:** La Autora

**Proyección de suministros de oficina.**

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 67**  
**Proyección de suministros de oficina.**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	232,20
2	239,37
3	246,77
4	254,40
5	262,26

**Elaborado:** La Autora

**Implementos de aseo.**

Son los elementos que serán necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa en el transcurso del primer año.

**Cuadro N° 68**  
**Implementos de aseo**

<b>Implemento de Aseo</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Guantes	Unidad	1	1,50	1,50	18,00
Escobas	Unidad	1	2,00	2,00	24,00
Trapeador	Unidad	1	2,50	2,50	30,00
Recogedor	Unidad	1	1,00	1,00	12,00
Desinfectante	Galón	2	4,50	9,00	108,00
Cloro	Galón	2	4,50	9,00	108,00
Detergentes	Paquete	1	5,00	5,00	60,00
Papel Higiénico	Rollos	1	4,50	4,50	54,00
Papel Toalla	Rollos	1	3,50	3,50	42,00
<b>Total</b>				<b>38,00</b>	<b>456,00</b>

**Fuente:** Comercial Romar

**Elaborado:** La Autora

**Proyección de implementos de aseo.**

La proyección se la realizo de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016 que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 69**  
**Proyección de implementos de aseo.**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	456,00
2	470,09
3	484,62
4	499,59
5	515,03

**Elaborado:** La Autora

**Arriendo.**

Está dado por el pago que se realizara por utilización del local donde funcionara la empresa.

**Cuadro N° 70**  
**Arriendo.**

<b>Especificación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Arriendo	1	250	250	3.000
<b>Total</b>				<b>3.000</b>

**Fuente:** Propietario del local

**Elaborado:** La Autora

**Proyección del Arriendo.**

La proyección se la realizó de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016, que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 71**  
**Proyección del Arriendo**

<b>Años</b>	<b>Proyección 3,09%</b>
1	3.000,00
2	3.092,70
3	3.188,26
4	3.286,78
5	3.388,34

**Realizado por:** La Autora

## Publicidad.

En este rubro se incluyen todos los gastos que la empresa efectuara con la finalidad de hacerse conocer y posesionarse en el mercado.

**Cuadro N° 72**

### Publicidad.

Especificación	Factor	Cantidad	Precio	Valor mensual	Valor anual
Radio	Anuncio	60	1,00	60,00	720,00
Prensa Escrita	1/4 Página	2	12,00	24,00	288,00
<b>Total</b>				<b>84,00</b>	<b>1.008,00</b>

Fuente: Medios de Publicidad

Elaborado: La Autora

## Proyección Publicidad.

La proyección se la realizó de acuerdo a la tasa de inflación anual del año 2016, que según el Banco Central del Ecuador es de 3,09%.

**Cuadro N° 73**

### Proyección del Publicidad

Años	Proyección 3,09%
1	1.008,00
2	1.039,15
3	1.071,26
4	1.104,36
5	1.138,48

Elaborado: La Autora

**Cuadro N° 74**  
**Resumen de activo circulante.**

<b>Especificación</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Valor Total Anual</b>
Materia prima directa	4133,33	49600,00
Mano de obra directa	1637,16	19645,92
Materia prima indirecta	294,36	3532,32
Sueldos administrativos	1157,92	13895,04
Servicios básicos	48,80	585,60
Suministros de oficina	19,35	232,20
Útiles de aseo	38,00	456,00
Arriendo	250,00	3000,00
Vendedor	491,71	5900,46
Publicidad	84,00	1008,00
<b>Total</b>	<b>8154,63</b>	<b>97855,54</b>
Imprevistos 5%	407,73	4892,78
<b>Total</b>	<b>8562,36</b>	<b>102748,32</b>

**Elaborado:** La Autora

Resumen de inversiones.

**Cuadro N° 75**  
**Resumen de inversiones.**

<b>Inversiones en activos</b>	
<b>Activos</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Activos Fijos</b>	
Adecuación de la Empresa	1.900,00
Maquinaria y equipos	2.330,00
Muebles y Enseres	815,00
Herramientas	498,50
Equipos de Oficina	307,00
Equipos de Computación	1.720,00
<b>Sub. Total</b>	<b>7.570,50</b>
Imprevistos 5 %	378,53
<b>Total</b>	<b>7.949,03</b>
<b>Activos diferidos</b>	
Estudios del Preliminar	900,00
Constitución legal	300,00
Gastos de constitución	95,00
Permiso de Funcionamiento	65,00
<b>Sub Total</b>	<b>1.360,00</b>
Imprevistos 5%	68,00
<b>Total</b>	<b>1.428,00</b>
<b>Activos Circulantes 1 mes</b>	
Materia prima directa	4.133,33
Mano de obra directa	1.637,16
Materia prima indirecta	294,36
Sueldos administrativos	1.157,92
Servicios básicos	48,80
Suministros de oficina	19,35
Útiles de aseo	38,00
Arriendo	250,00
Publicidad	84,00
Vendedor	491,71
<b>Sub total</b>	<b>8.154,63</b>
Imprevistos 5%	407,73
<b>Total</b>	<b>8.562,36</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>17.939,38</b>

Fuente: Cuadro 51, 52, 74

Elaborado: La Autora

## **Financiamiento.**

Para la implantación y ejecución del proyecto se requiere de una inversión la misma que tendrá dos fuentes de financiamiento una fuente interna y externa.

### **Fuentes internas.**

El 60,98% del total de la inversión que corresponde a \$ 10.939,38 será financiado con aportaciones de los socios.

### **Fuentes externas.**

El 39,02% que corresponde a \$7.000,00 a 5 años plazo a un interés anual del 11,15% con pagos semestrales

## **Cuadro N° 76**

### **Financiamiento**

<b>Financiamiento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>porcentaje</b>
Capital Propio	10.939,38	60,98
Capital Externo	7.000,00	39,02
<b>Total Inversión</b>	<b>17.939,38</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** BANECUADOR

**Elaborado:** La Autora

**Cuadro N° 77**

**Amortización de crédito**

<b>AMORTIZACIÓN BANECUADOR</b>								
<b>Año</b>	<b>Semestre</b>	<b>Saldo Inicial</b>	<b>Amortiz.</b>	<b>Interés</b>	<b>Dividendo Semestral</b>	<b>Dividendo Anual</b>	<b>Saldo Final</b>	<b>Interés</b>
1	1	7000,00	700,00	390,25	1090,25	2141,48	6300,00	741,48
	2	6300,00	700,00	351,23	1051,23		5600,00	
2	1	5600,00	700,00	312,20	1012,20	1985,38	4900,00	585,38
	2	4900,00	700,00	273,18	973,18		4200,00	
3	1	4200,00	700,00	234,15	934,15	1829,28	3500,00	429,28
	2	3500,00	700,00	195,13	895,13		2800,00	
4	1	2800,00	700,00	156,10	856,10	1673,18	2100,00	273,18
	2	2100,00	700,00	117,08	817,08		1400,00	
5	1	1400,00	700,00	78,05	778,05	1517,08	700,00	117,08
	2	700,00	700,00	39,03	739,03		0,00	

**Fuente:** BANECUADOR

**Elaborado:** La Autora

**Presupuesto de ingresos y costos.**

**Presupuesto de costos.**

Se considera a la suma de todas las erogaciones o desembolsos que se realizan durante un año, se calculará los presupuestos para cinco años, donde se determinara la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación.

**Cuadro N° 78**  
**Presupuesto proforma proyectada.**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>COSTOS PRIMOS</u></b>					
Materia prima directa	49600,00	51132,64	52712,64	54341,46	56020,61
Mano de obra directa	19645,92	19718,39	20327,69	20955,81	21603,35
<b>Total costos primos</b>	<b>69245,92</b>	<b>70851,03</b>	<b>73040,33</b>	<b>75297,27</b>	<b>77623,96</b>
<b><u>COSTO DE PRODUCCIÓN</u></b>					
Materiales indirectos	3532,32	3641,47	3753,99	3869,99	3989,57
Útiles de Aseo	456,00	470,09	484,62	499,59	515,03
Amortiz. de act. diferido	285,60	285,60	285,60	285,60	285,60
Deprec. maquinaria y equipo	209,70	209,70	209,70	209,70	209,70
<b>Sub Total</b>	<b>4483,62</b>	<b>4606,86</b>	<b>4733,91</b>	<b>4864,88</b>	<b>4999,90</b>
Imprevistos 5%	224,18	230,34	236,70	243,24	249,99
<b>Total costos de producción</b>	<b>4707,80</b>	<b>4837,20</b>	<b>4970,60</b>	<b>5108,12</b>	<b>5249,89</b>
<b>Total de costos de prod.</b>	<b>73953,72</b>	<b>75688,23</b>	<b>78010,93</b>	<b>80405,40</b>	<b>82873,85</b>
<b><u>COSTOS DE OPERACIÓN</u></b>					
<b><u>GASTO ADMINISTRATIVO</u></b>					
Sueldos Administrativos	13895,04	13968,34	14399,97	14844,92	15303,63
Servicios Básicos	585,60	603,70	622,35	641,58	661,40
Útiles de oficina	232,20	239,37	246,77	254,40	262,26
Depr. muebles y enseres	73,35	73,35	73,35	73,35	73,35
Deprec. Equipo de Computo	382,20	382,20	382,20	418,73	418,73
Depr. Equipo de oficina	30,39	30,39	30,39	30,39	30,39
Arriendo	3000,00	3092,70	3188,26	3286,78	3388,34
<b>Sub Total</b>	<b>18198,78</b>	<b>18390,05</b>	<b>18943,29</b>	<b>19550,16</b>	<b>20138,11</b>
Imprevistos 5%	909,94	919,50	947,16	977,51	1006,91
<b>Total Gastos Administrativo</b>	<b>19108,72</b>	<b>19309,56</b>	<b>19890,46</b>	<b>20527,67</b>	<b>21145,02</b>
<b><u>GASTOS DE VENTA</u></b>					
Publicidad y propaganda	1008,00	1039,15	1071,26	1104,36	1138,48
Vendedor	5900,46	5931,28	6114,56	6303,50	6498,28
<b>Sub Total</b>	<b>6908,46</b>	<b>6970,43</b>	<b>7185,81</b>	<b>7407,86</b>	<b>7636,76</b>
Imprevistos 5%	345,42	348,52	359,29	370,39	381,84
<b>Total de gastos de venta</b>	<b>7253,88</b>	<b>7318,95</b>	<b>7545,11</b>	<b>7778,25</b>	<b>8018,60</b>
<b>Total de Costos de Operación</b>	<b>26362,60</b>	<b>26628,51</b>	<b>27435,56</b>	<b>28305,92</b>	<b>29163,62</b>
<b><u>GASTOS FINANCIEROS</u></b>					
Interés por préstamo	741,48	585,38	429,28	273,18	117,08
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>741,48</b>	<b>585,38</b>	<b>429,28</b>	<b>273,18</b>	<b>117,08</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>101057,80</b>	<b>102902,11</b>	<b>105875,76</b>	<b>108984,49</b>	<b>112154,54</b>

Fuente: Cuadro 75 y 77

Elaborado: La Autora

## Ingresos totales.

Son los ingresos producto de la venta de los vestidos de gala, se ha determinado un costo global de los vestidos de gala ya que se utilizan los mismos componentes tecnológicos y humanos en los procesos de producción, y su precio en el mercado también es similar.

Se ha establecido un margen de utilidad del 20%, con lo cual se pudo establecer que cada el costo ideal de cada vestido, la misma que se ha determinado un costo promedio de \$ 64,78 dólares de los cuales se pretende producir 1.872 vestidos de gala al año con unos ingresos promedios de 121.269,36 dólares.

**Cuadro N° 79**  
**Ingresos totales**

<b>Años</b>	<b>Costos totales</b>	<b>Unidades producidas</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Margen utilidad 20%</b>	<b>P.V.P promedio</b>	<b>Ventas totales</b>
1	101.057,80	1.872	53,98	10,80	64,78	121.269,36
2	102.902,11	1.914	53,77	10,75	64,53	123.482,54
3	105.875,76	1.955	54,15	10,83	64,98	127.050,92
4	108.984,49	1.997	54,58	10,92	65,50	130.781,38
5	112.154,54	2.038	55,02	11,00	66,03	134.585,45

**Fuente:** Cuadro 37 y 78

**Elaborado:** La Autora.

## **Distribución de costos.**

### **Costos Fijos.**

Estos costos como su nombre lo indica se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

### **Costos variables.**

Estos costos varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción

**Cuadro Nº 79**  
**Distribución de costos**

	ANO 1		ANO 2		ANO 3		ANO 4		ANO 5	
	Costos fijos	Costos variables								
<b>COSTOS PRIMOS</b>										
Materia Prima Directa		49.600,00		51.132,64		52.712,64		54.341,46		56.020,61
Mano de directa		19.645,92		19.718,39		20.327,69		20.955,81		21.603,35
<b>Total costos primos</b>		<b>69.245,92</b>		<b>70.851,03</b>		<b>73.040,33</b>		<b>75.297,27</b>		<b>77.623,96</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
Materiales indirectos	3.532,32		3.641,47		3.753,99		3.869,99		3.989,57	
Útiles de Aseo	456,00		470,09		484,62		499,59		515,03	
Amortiz. act. diferido	285,60		285,60		285,60		285,60		285,60	
Deprec. Maquinaria y equ	209,70		209,70		209,70		209,70		209,70	
<b>b Total</b>	<b>4.483,62</b>		<b>4.606,86</b>		<b>4.733,91</b>		<b>4.864,88</b>		<b>4.999,90</b>	
Imprevistos 5%	224,18		230,34		236,70		243,24		249,99	
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>4.707,80</b>		<b>4.837,20</b>		<b>4.970,60</b>		<b>5.108,12</b>		<b>5.249,89</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>GASTO ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos Administrativos	13.895,04		13.968,34		14.399,97		14.844,92		15.303,63	
Servicios básicos	585,60		603,70		622,35		641,58		661,40	
Útiles de oficina	232,20		239,37		246,77		254,40		262,26	
Depr. muebles y enseres	73,35		73,35		73,35		73,35		73,35	
Deprec. equipo de computo	382,20		382,20		382,20		418,73		418,73	
Depr. equipo de oficina	30,39		30,39		30,39		30,39		30,39	
Arriendo	3.000,00		3.092,70		3.188,26		3.286,78		3.388,34	
Sub Total	18.198,78		18.390,05		18.943,29		19.550,16		20.138,11	
Imprevistos 5%	909,94		919,50		947,16		977,51		1.006,91	
<b>Total Gastos Administrativo</b>	<b>19.108,72</b>		<b>19.309,56</b>		<b>19.890,46</b>		<b>20.527,67</b>		<b>21.145,02</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad y propaganda	1.008,00		1.039,15		1.071,26		1.104,36		1.138,48	
Vendedor	5.900,46		5.931,28		6.114,56		6.303,50		6.498,28	
Sub Total	6.908,46		6.970,43		7.185,81		7.407,86		7.636,76	
Imprevistos 5%	345,42		348,52		359,29		370,39		381,84	
<b>Total de gastos de venta</b>	<b>7.253,88</b>		<b>7.318,95</b>		<b>7.545,11</b>		<b>7.778,25</b>		<b>8.018,60</b>	
<b>Total de Costos de Operación</b>	<b>26.362,60</b>		<b>26.628,51</b>		<b>27.435,56</b>		<b>28.305,92</b>		<b>29.163,62</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés por préstamo	741,48		585,38		429,28		273,18		117,08	
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>741,48</b>		<b>585,38</b>		<b>429,28</b>		<b>273,18</b>		<b>117,08</b>	
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>31.811,88</b>	<b>69.245,92</b>	<b>32.051,08</b>	<b>70.851,03</b>	<b>32.835,44</b>	<b>73.040,33</b>	<b>33.687,21</b>	<b>75.297,27</b>	<b>34.530,58</b>	<b>77.623,96</b>
<b>TOTAL DE COSTOS DE OPERACION</b>	<b>101.057,80</b>		<b>102.902,11</b>		<b>105.875,76</b>		<b>108.984,49</b>		<b>112.154,54</b>	

Fuente: Cuadro 77 y 78

Elaborado: La Autora

## Estado de pérdidas y ganancias.

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

**Cuadro N° 81**  
**Estado de pérdidas y ganancia**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	121.269,36	123.482,54	127.050,92	130.781,38	134.585,45
(-) Costos Totales	101.057,80	102.902,11	105.875,76	108.984,49	112.154,54
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>20.211,56</b>	<b>20.580,42</b>	<b>21.175,15</b>	<b>21.796,90</b>	<b>22.430,91</b>
(-) Participación a trabajador 15%	3.031,73	3.087,06	3.176,27	3.269,53	3.364,64
<b>(=) Utilidad - Antes-impuesto</b>	<b>17.179,83</b>	<b>17.493,36</b>	<b>17.998,88</b>	<b>18.527,36</b>	<b>19.066,27</b>
(-) Impuesto a la renta 22%	3.779,56	3.848,54	3.959,75	4.076,02	4.194,58
<b>(=) Utilidad-antes-reserva</b>	<b>13.400,26</b>	<b>13.644,82</b>	<b>14.039,13</b>	<b>14.451,34</b>	<b>14.871,69</b>
(-) Reserva legal 10%	1.340,03	1.364,48	1.403,91	1.445,13	1.487,17
<b>(=) utilidad liquida</b>	<b>12.060,24</b>	<b>12.280,34</b>	<b>12.635,21</b>	<b>13.006,21</b>	<b>13.384,52</b>

**Fuente:** Cuadro 79 y 80

**Elaborado:** La Autora.

## Determinación del punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio para la empresa MODAS ISABEL Cía. Ltda. Se busca determinar un punto de balance entre los ingresos y los egresos, conocido también como punto muerto ya que en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Es así que cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado nos indica que no existen utilidades ni pérdidas.

Al punto de equilibrio lo hemos determinado en base a la función de las ventas y la capacidad instalada, los cuales detallamos claramente a continuación.

**En función de Ventas.** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que la empresa genera durante cada año de vida útil del proyecto.

**En función de la capacidad Instalada.** Se basa en la capacidad máxima de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la empresa para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los gastos.

**Cálculo matemático del punto de equilibrio para el primer año.**

**Método matemático.**

**En función de ventas.**

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{31811,88}{1 - \frac{69245,92}{121269,36}} \\
 PE &= \frac{31.811,88}{1 - 0,571} \\
 PE &= \frac{31811,9}{0,4290} \\
 PE &= 74155,15
 \end{aligned}$$

En función de las unidades producidas.

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} * 100 = \frac{31811,88}{64,78 - 36,99}$$

$$PE = \frac{31811,88}{27,79}$$

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{69246}{1872} = 36,990$$

En función de la capacidad instalada.

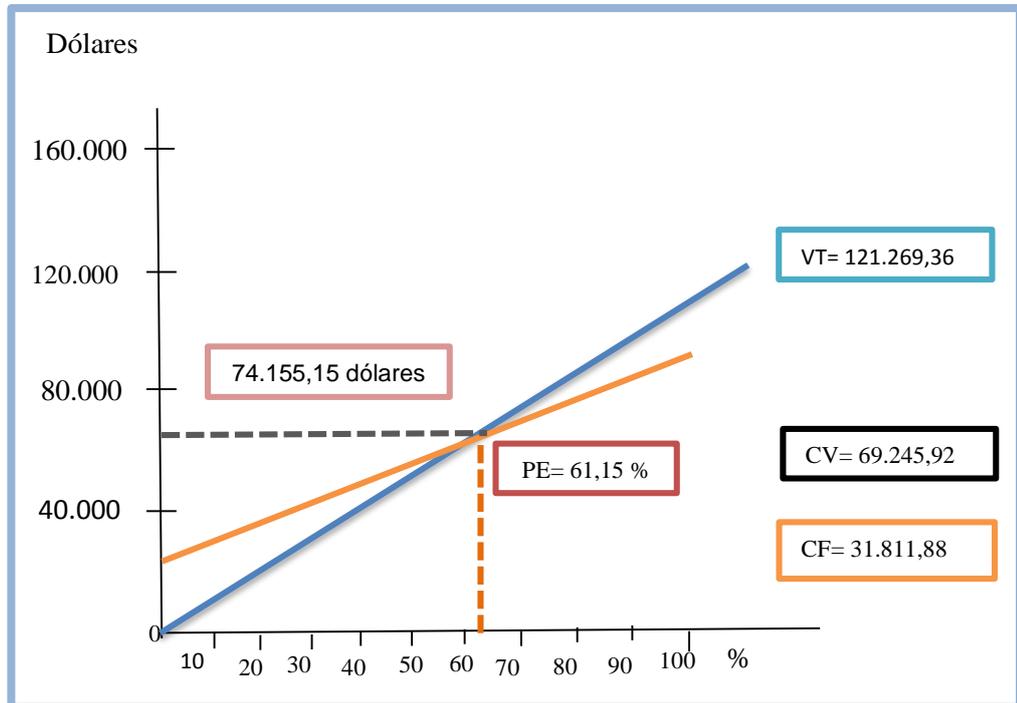
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{31811,88}{121269,36 - 69245,92} * 100$$

$$PE = \frac{31811,88 * 100}{52023,44}$$

$$PE = 0,6115 * 100$$

$$PE = 61,15 \%$$

**Gráfico: N° 47**  
**Punto de equilibrio para el primer año**



**Elaborado: La Autora.**

**Análisis:** El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 61,15%, obteniendo una venta de 74.155,15 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

**Cálculo matemático del punto de equilibrio para el tercer año.**

**Método matemático.**

**En función de ventas.**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{32.835,44}{1 - \frac{73.040,33}{127050,92}}$$

$$PE = \frac{32.835,44}{1 - 0,575}$$

$$PE = \frac{32835,44}{0,4251}$$

$$PE = 77.239,90$$

En función de las unidades producidas.

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} * 100 = \frac{32835,44}{64,98 - 37,36}$$

$$PE = \frac{32835,44}{27,62}$$

$$PE = 1188,65$$

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{73040}{1955} = 37,36$$

En función de la capacidad Instalada.

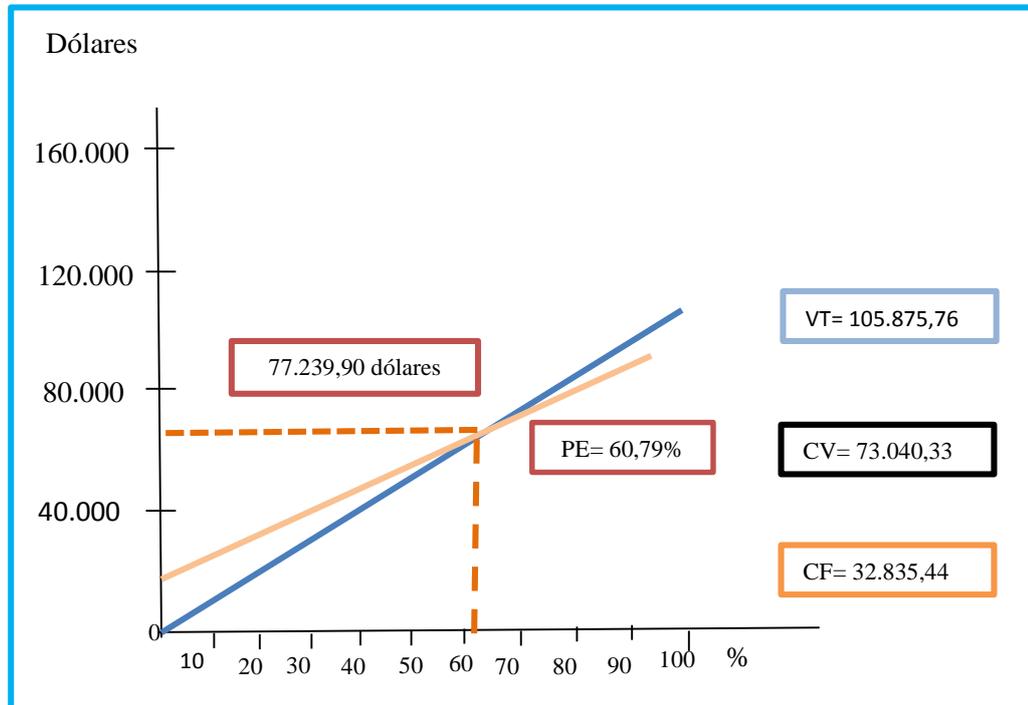
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{32.835,44}{127.050,92 - 73.040,33} * 100$$

$$PE = \frac{32.835,44 * 100}{54.010,59}$$

$$PE = 0,6079 * 100$$

$$PE = 60,79 \%$$

**Gráfico N° 48**  
**Método gráfico punto de equilibrio año tres**



**Realizado por:** La Autora

**Análisis:** El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 60,79%, obteniendo una venta de 77.239.90 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

**Cálculo matemático del punto de equilibrio para el quinto año.**

**Método matemático.**

**En función de ventas.**

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{34.530,58}{1 - \frac{77.623,96}{100}}$$

$$VT \quad 134.585,45$$

$$PE = \frac{34.530,58}{1 - 0,577}$$

$$PE = \frac{34.530,58}{0,4232}$$

$$PE = 81586,95$$

En función de las unidades producidas.

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} * 100 = \frac{34530,58}{66,03 - 38,08}$$

$$PE = \frac{34530,58}{27,94}$$

$$PE = 1235,70$$

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{77624}{2038} = 38,08$$

En función de la capacidad Instalada.

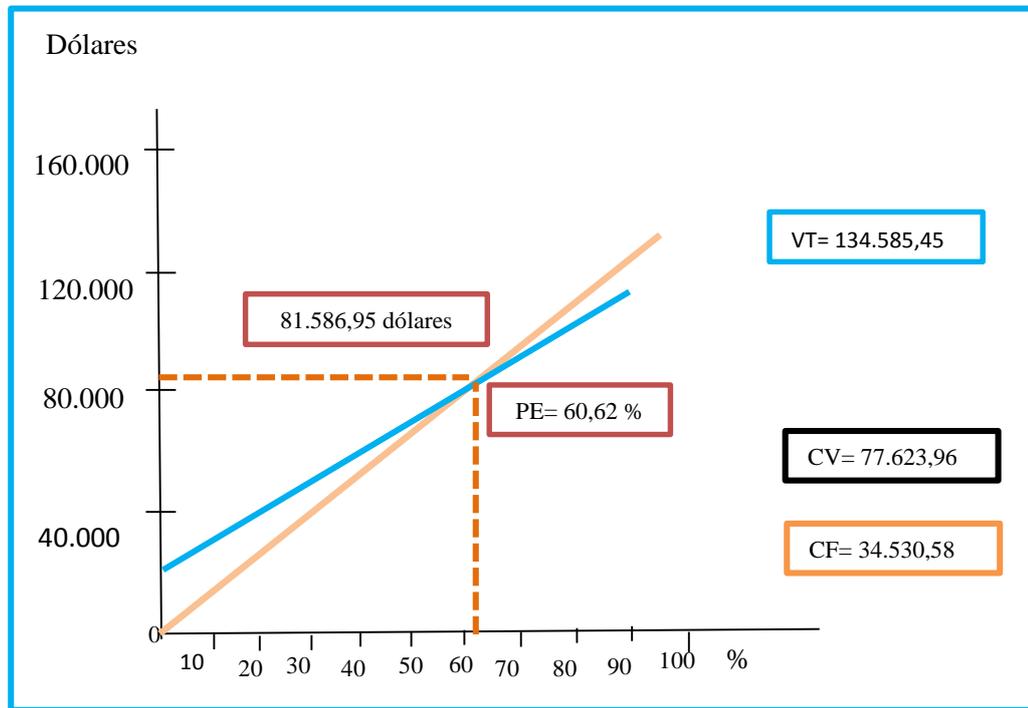
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{34530,58}{134585,45 - 77623,96} * 100$$

$$PE = \frac{34530,58 * 100}{56961,49}$$

$$PE = 0,6062 * 100$$

$$PE = 60,62 \%$$

**Gráfico: N° 49**  
**Método gráfico en función al quinto año.**



**Elaborado:** La Autora

**Análisis:** El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 60,62%, obteniendo una venta de 81.586,95 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

### **Evaluación financiera.**

La evaluación financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

## **Flujo de caja.**

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa Modas Isabel.

El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo.

La información que contiene un flujo de caja, ayuda a evaluar la capacidad de una empresa para generar flujos de efectivo positivos.

**Cuadro Nº 82**  
**Flujo de caja**

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		121.269,36	123.482,54	127.050,92	130.781,38	134.585,45
Valor Residual				573,30		1.013,49
Capital Interno	10.939,38					
Capital Externo	7.000,00					
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>17.939,38</b>	<b>121.269,36</b>	<b>123.482,54</b>	<b>127.624,21</b>	<b>130.781,38</b>	<b>134.585,45</b>
<b>EGRESOS</b>						
Activos fijos	7.949,03					
Activos diferidos	1.428,00					
Activos circulantes	8.562,36					
Reinversión					1.942,65	
Costos totales		101.057,80	102.902,11	105.875,76	108.984,49	112.154,54
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>17.939,38</b>	<b>101.057,80</b>	<b>102.902,11</b>	<b>105.875,76</b>	<b>110.927,14</b>	<b>112.154,54</b>
Utilidad bruta		20.211,56	20.580,42	21.748,45	19.854,25	22.430,91
Utili. Trabaja.15%		3.031,73	3.087,06	3.262,27	2.978,14	3.364,64
(=)Utilidad ante Impuesto		17.179,83	17.493,36	18.486,18	16.876,11	19.066,27
Impuesto renta 22%		3.779,56	3.848,54	4.066,96	3.712,74	4.194,58
Utilidad antes Reserva		13.400,26	13.644,82	14.419,22	13.163,37	14.871,69
(-) Deprec. Activo fijo		790,40	790,40	790,40	892,72	892,72
(-) Amortización activo Diferido		285,60	285,60	285,60	285,60	285,60
Utilidad antes de pago de interés		<b>12.324,26</b>	<b>12.568,82</b>	<b>13.343,22</b>	<b>11.985,05</b>	<b>13.693,38</b>
Amortización del capital		1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>10.924,26</b>	<b>11.168,82</b>	<b>11.943,22</b>	<b>10.585,05</b>	<b>12.293,37</b>

**Fuente:** Cuadro 79 y 81

**Elaborado:** La Autora.

**TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)**

La TMAR es un tasa sobre la cual se basan los inversionistas para realizar sus inversiones. Es decir es la base de comparacion y de calculo en la

evaluaciones económicas que se realicen, ya que si no se obtiene al menos esta tasa de rendimiento, la inversión será rechazada.

Para poder realizar el cálculo de la tasa mínima de rentabilidad consideramos el porcentaje del capital propio (60,98%) multiplicado por la tasa pasiva (7%); más el porcentaje de capital externo (39,02%) multiplicado por la tasa activa (11,15%), obteniendo un factor de actualización de 8,62%.

A continuación se detalla el cuadro:

**Fórmula:**

$$F.A. = (\% \text{ CAPITAL PROPIO} * \text{TASA PASIVA}) + (\% \text{ CAPITAL EXTERNO} * \text{TASA ACTIVA})$$

**Cuadro N° 83**

**Tasa mínima aceptable de rendimiento**

<b>Total de inversión</b>	17939,38
Capital propio	10939,38
Capital externo	7000,00
% Capital propio	60,98
% capital externo	39,02
Tasa activa	0,1115
Tasa pasiva	0,07
<b>Factor Actualización</b>	<b>8,62</b>

**Fuente:** BANECUADOR y cuadro 76

**Elaborado:** La Autora.

**VALOR ACTUAL NETO.**

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los

cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Analíticamente se expresa como la diferencia entre el desembolso inicial (que no se actualiza ya que se genera en el momento actual) y el valor actualizado, al mismo momento, de los cobros y pagos futuros, a los que se denomina flujos de caja.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es mayor a uno se hace la inversión

Si el VAN es menor a uno se rechaza la inversión

Si el VAN es igual a uno es indiferente para la inversión

VAN = FLUJO DE CAJA - INVERSION INICIAL

VAN = 44.578,06 - 17.939,38

VAN = 26.638,68

$$F.A. = \frac{1}{(1+i)^n} \quad F.A. = \frac{1}{(1+0,682)^1} = 0,92064$$

**Cuadro N° 84**  
**Valor actual neto**

<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor Actualizado 8,62%</b>	<b>Flujo neto Actualizado</b>
0	17.939,38		
1	10.924,26	0,92064	10.057,32
2	11.168,82	0,84758	9.466,46
3	11.943,22	0,78032	9.319,49
4	10.585,05	0,71839	7.604,20
5	12.293,37	0,66138	8.130,59
<b>Total</b>			<b>44.578,06</b>
(-) Inversión			17.939,38
<b>(=) VAN</b>			<b>26.638,68</b>

Fuente: Cuadro 82 y 83

Elaborado: La Autora.

Análisis: El VAN es positivo lo que quiere decir que el proyecto es rentable.

El valor actual neto del proyecto es de 26.638,68 dólares valor que el inversionista acumulará en un período de 5 años luego de recuperar la inversión.

#### **Tasa interna de retorno.**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), nos indica el porcentaje de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia de la empresa la misma que esta expresada en porcentajes.

**Cuadro N° 85**  
**Tasa interna de retorno**

<b>Años</b>	<b>Flujo neto</b>	<b>Factor act. 8,62</b>	<b>Van (Menor)</b>	<b>Factor act. 58,00%</b>	<b>Van (Mayor)</b>
1	10.924,26	0,92064	10.057,32	0,64103	7.002,73
2	11.168,82	0,84758	9.466,46	0,41091	4.589,42
3	11.943,22	0,78032	9.319,49	0,26341	3.145,92
4	10.585,05	0,71839	7.604,20	0,16885	1.787,29
5	12.293,37	0,66138	8.130,59	0,10824	1.330,60
<b>SUMAN</b>			<b>44.578,06</b>		<b>17.855,96</b>
Inversión			17.939,38		17.939,38
<b>Total</b>			<b>26.638,68</b>		<b>-83,42</b>

Elaborado: La Autora

$$TIR = T_m + Dt * \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 8,62 + 47,38 * \left( \frac{26.638,68}{26.722,10} \right) = 0.949688\%$$

**TIR = 55,85%**

Los criterios de decisión basados en el TIR son:

Si el TIR es mayor a uno se hace la inversión

Si el TIR es menor a uno se rechaza la inversión

Si el TIR es igual a uno en indiferente para la inversión

Análisis: La TIR es de 55,85%, siendo superior a la tasa de inversión que es del 11,15% lo que significa que el proyecto es rentable, recomendándose su ejecución.

## Relación beneficio/costo.

La relación beneficio/costo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

**Cuadro 86**  
**Relación beneficio/costo**

Años	Costo Original	Factor act. 8,62%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor act. 8,62%	Ingreso Actualizado
1	101.057,80	0,92064	93.037,93	121.269,36	0,92064	111.645,51
2	102.902,11	0,84758	87.217,71	123.482,54	0,84758	104.661,26
3	105.875,76	0,78032	82.616,57	127.050,92	0,78032	99.139,88
4	108.984,49	0,71839	78.293,46	130.781,38	0,71839	93.952,15
5	112.154,54	0,66138	74.176,76	134.585,45	0,66138	89.012,12
<b>Total</b>			<b>415.342,44</b>			<b>498.410,92</b>

Elaborado: La Autora

$$R (B/C) \frac{\text{Ingreso actualizado}}{\text{Costo actualizado}}$$

$$R (B/C) \frac{498.410,92}{415.342,44} = 1,20 \text{ Dólares}$$

Los criterios de decisión basados en el R (B/C) son:

Si la R (B/C) es mayor a uno se hace la inversión

Si la R (B/C) es menor a uno se rechaza la inversión

Si la R (B/C) es igual a uno es indiferente para la inversión

**Análisis.-** El proyecto se acepta por que la R (B/C) es mayor al costo de capital, por cada dólar invertido se obtendrá \$ 0,20 centavos de ganancia.

## Periodo de Recuperación de Capital.

El periodo de recuperación de capital es un indicador que permite conocer el tiempo en el cual uno podría recuperar el capital invertido en la empresa “Modas Isabel” mediante el PRC. Sabremos la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días.

**Cuadro 87**  
**Periodo de recuperación de capital**

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACTUALIZADO
0	17.939,38		
1		10.924,26	10.924,26
2		11.168,82	22.093,08
3		11.943,22	34.036,30
4		10.585,05	44.621,35
5		12.293,37	56.914,72

Elaborado: La Autora

$$\text{PRC} = \text{Año Antes a Cubrir Inversión} \frac{\text{Inversión} - \text{Primer Flujo}}{\text{Flujo de Año supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{17.939,38 + 10.924,26}{22.093,08} = 0.317525$$

$$\text{Años} = 1 * 1 \text{ año} = 1$$

$$\text{Meses} = 0,31 * 12 = 3,72 \text{ meses}$$

$$\text{Días} = 0,72 * 30 = 21,6 \text{ días}$$

**Análisis.-** El periodo de recupera del capital (PRC), es de 1 año, 3 meses y 21 días.

**Cuadro N° 88**  
**Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 12,13%**

Años	Costos originales	Costos Incremen. 12,13%	Ingreso originales	Flujo neto	Actualización			
					36,00%	Van menor	37,00%	Van mayor
1	101.057,80	113.317,12	121.269,36	7.952,24	0,735294	5.847,23	0,72992701	5.804,55
2	102.902,11	115.385,17	123.482,54	8.097,37	0,540657	4.377,90	0,53279344	4.314,22
3	105.875,76	118.719,55	127.050,92	8.331,36	0,397542	3.312,07	0,38890032	3.240,07
4	108.984,49	122.205,40	130.781,38	8.575,99	0,292310	2.506,85	0,28386885	2.434,46
5	112.154,54	125.760,01	134.585,45	8.825,44	0,214934	1.896,89	0,20720354	1.828,66
Total						17.940,95		17.621,97
Inversión						17.939,38		17.939,38
Van						1,56		-317,42

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 36 + 0,00489 \left( \frac{1,56}{318,98} \right) = NTIR \text{ } 36,00\%$$

$$\text{Diferencia TIR} = 55,85 - 36,00 = \mathbf{19,85}$$

$$\text{Porcentaje de variación} = (19,85 / 55,85) * 100 = \mathbf{35,54}$$

$$\text{Sensibilidad} = 35,54 / 36,00 = \mathbf{0,99}$$

Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no se afecta

Si el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

**Análisis.-** El coeficiente de sensibilidad con un incremento en los costos del 12,00%, es de 0,99 porcentaje es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a los cambios y no afecta a la rentabilidad.

### Cuadro N° 89

#### Análisis de sensibilidad con una disminución en los ingresos del 10%

Años	Ingresos Originales	Ingresos dismin 10,00%	costos Originales	Flujo neto	Actualización			
					Factor act. 36,00%	Van menor	37,00%	Van mayor
0								
1	121.269,36	109.142,42	101.057,80	8.084,62	0,735294	5.944,58	0,72992701	5.901,19
2	123.482,54	111.134,28	102.902,11	8.232,17	0,540657	4.450,78	0,53279344	4.386,05
3	127.050,92	114.345,83	105.875,76	8.470,06	0,397542	3.367,21	0,38890032	3.294,01
4	130.781,38	117.703,25	108.984,49	8.718,76	0,292310	2.548,58	0,28386885	2.474,98
5	134.585,45	121.126,91	112.154,54	8.972,36	0,214934	1.928,47	0,20720354	1.859,11
Total						18.239,62		17.915,33
Inversión						17.939,38		17.939,38
VAN						300,23		-24,05

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 36 + 0,0815 \left( \frac{300,23}{324,29} \right) = NTIR 35,93\%$$

$$\text{Diferencia Tir} = 55,85 - 35,93 = 19,93 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = (19,93 / 55,85) * 100 = 35,68\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 35,68 / 35,93 = 0,99$$

Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no se afecta

Si el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

**Análisis.-** El coeficiente de sensibilidad con disminución en los ingresos del 10%, es de 0,99% porcentaje menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a los cambios y no afecta a la rentabilidad.

## **h. CONCLUSIONES.**

Una vez concluida la presente investigación se puede establecer las siguientes conclusiones.

- ✓ Luego de haber realizado el estudio de mercado se determinan las circunstancias de la oferta y la demanda, el mismo que estima un total de demanda insatisfecha de 13.714 de vestidos de gala para cubrir la demanda en la ciudad de Loja.
- ✓ La empresa productora de vestidos de gala funcionara en la ciudad de Loja; la misma que se encuentra ubicada en las calles Sucre entre Mercadillo y Lourdes.
- ✓ Al analizar las capacidades se determina que la capacidad teórica está formada por las características de la maquina principal que es la máquina de cortar tela la cual realizara 2 vestidos de gala en dos horas, la capacidad instalada es del 100% y la utilizada es del 90% .
- ✓ La empresa productora de vestidos de gala contará con todos los requisitos que manda la ley de compañías, considerando las ventajas que se obtendrá al constituirse como una empresa jurídica.
- ✓ La empresa productora y comercializadora vestidos de gala contará con dos tipos de inversiones una interna que asciende a \$10.939,38 correspondientes al 60,98% y con capital ajeno o financiado a través del BANECUADOR que asciende a \$ 7.000,00 es decir al 39,02%.

✓ El costo total de la producción es de 101.057,80 el costo unitario es de \$53,98; mientras que el precio de venta al público es de \$64,78; con un margen de utilidad del 20% generando unas ventas de 121.269,36 todo esto en el primer año.

✓ En la evaluación financiera se presentan los siguientes resultados: De acuerdo al indicador valor actual Neto (**VAN**) de \$ 26,638,68 dólares, lo que demuestra que el proyecto es viable; Tasa Interna de Retorno (**TIR**) de 55,85%; Relación Beneficio Costo **R (B/C)** de \$1,20 dólares, por cada dólar invertido se obtendrá 0,20 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital (**PRC**) 1 año, 3 meses, 21 días; asociado con un análisis de sensibilidad basado en un incremento de costos del 12,13% y con la sensibilidad del 0,99, seguidamente se describe que el proyecto permite una disminución de ingresos del 10,00% con una sensibilidad del 0,99, así es que se observa un proyecto rentable y sustentable para las mujeres de la ciudad de Loja.

## **i. RECOMENDACIONES.**

Una vez concluida la presente investigación se puede establecer las siguientes recomendaciones.

- Implantar el proyecto tal como se lo plantea, por su viabilidad y efectividad, demostrando ser rentable y atractivo de inversión con índices positivos para los empresarios emprendedores.
- La empresa de confección y comercialización de vestidos de gala debe desarrollar una estrategia de comercialización y posicionar su imagen empresarial, con la finalidad de hacer publicidad de la empresa, realizar actividades en los puntos de venta que permitan el contacto directo de las consumidoras del producto para facilitar la difusión y verificación de las ventajas competitivas de nuestro vestidos de gala.
- Efectuar un análisis de los factores externos como son: la situación económica del país, políticas gubernamentales así como vigilar a la competencia con la finalidad de estar atentos a los cambios que se presenten en el transcurso de las operaciones de la empresa.
- Mantener la calidad del producto así como de la materia prima ya que esta es percibida por las clientas de nuestros vestidos de gala.
- Que la Universidad Nacional de Loja a través de la carrera de Administración de Empresas, realice proyectos empresariales con sus estudiantes de los octavos y novenos módulos y en el décimo módulo se

liquide a la empresa esto con la finalidad de que los estudiantes pongan en práctica los conocimientos adquiridos de forma teórica.

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

AGUIRRE Juan Antonio. (2011). *Introducción a la Evaluación Económica y Financiera de inversiones* . Costa Rica: Instituto de Cooperacion para la Agricultura.

BACA Urbina Gabriel. (2010). *Evaluacion de proyectos*. mexico: McGraw-Hill.

Còrdoba, Padilla. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Eco Ediciones.

CORDOVA Padilla, M. (2012). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos Segunda Edicion*. bogota: ECOE.

Cuellar G. (2011). *Analisis de la plaza*.

FERNANDEZ, SAUL. (2007). *Los Proyectos de Inversion*. COSTA RICA: Tecnologica.

FISICO M. (2016). *Economía de la Empresa* . Editex.

FOLLETO. (2010). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión MODULO # 9*. Loja.

GOMEZ Guillermo. (2012). *Planeacion Y organizacion de Empresas*. Guatemala: Mc Graw Hill.

GUILLERMO, Sala Parres. (2015). *Gestion de un pequeño comercio*. Editex.

HERNANDEZ Abraham. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos de Inversion Sexta Edicion*. Mexico: McGraw Hill.

- KOTLER Philips. (2006). *Diccionario de la mercadotecnia*. Mexico: practice- hall.
- MEZA Orozco. (2013). *Evaluacion Financiera de Proyectos ( Tercera Edicion)*. Bogota: Ecoe.
- MEZA Orozco, J. d. (2011). *Matematica Financiera Aplicada*. Bogota: ECOE Ediciones.
- MONCAYO, J., & Bruque, S. (2011). *Administracion empresas*. Madrid: Pearson Educacion.
- MORALES, A. C., & Antonio, J. (2009). *Proyectos de Inversion, Elavoracion y Formulacion*.
- Nicolas, M., & Eduardo, M. (2014). *Evaluacion de Inversiones estrategicas* . Bogota: COLOMBIA SAS.
- PADILLA, C. M. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Eco Ediciones.
- PASACA, M. M. (2004). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja.
- REYES Ponce Agustin. (2010). *Administracion de empresas*. Mexico: Limusa.
- RODRIGUEZ Carlos. (2013). Flujo de caja. *Economía y Evaluacion de Proyectos*, 11-12.
- ROSALES A. (2005). *FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA*. MEXICO.
- ROSENBERG J M. (2012). *Diccionario en Administracion y Finanzas*. Editorial Océano.

SAPAG Nassir. (2011). *Proyectos de Inversion Formulación y Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill.

SAPAG, C. N., & Reinaldo. (2013). *Preparación Y Evaluación de Proyectos Quinta Edición* . Mexico: Mc Graw Hill.

SELDON Arthur. (2010). *Diccionario de Economía*. Barcelona-España.: Oikos S.A.

TORAL Rocio. (2013). *Administración de la producción y de las operaciones*. Loja: Offset Grafimundo.

VARGAS Sanchez, G. (2006). *Introducción a la Teoría Económica. Un Enfoque Latinoamericano*. Mexico: PEARSON.

VASQUEZ Victor Hugo. (2015). *Organización Aplicada*. Norma.

## **k. ANEXOS.**

### **Anexo 1**

#### **TEMA.**

**“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE GALA, EN LA CIUDAD DE LOJA”.**

#### **PROBLEMÁTICA.**

En los actuales momentos el Ecuador necesita una urgente reactivación económica, la misma se puede lograr mediante la creación de empresas privadas que aprovechen las múltiples oportunidades que están en los recursos naturales y que mediante un proceso adecuado identifique las necesidades de las personas y se concreten en ideas de negocio, en las que se utilicen materias primas que se producen en el país; claro está que también son imprescindibles un marco legal, político, económico y social que las apoye.

La génesis de la producción textil en el Ecuador, se remite a la aparición de las primeras industrias dedicadas al procesamiento de lana, seguido del

algodón, poliéster, nylon y seda; mejorando los índices de producción. Con esto fue superada la etapa en la que se traían diseñadores al país e incluso productos terminados; hoy en día contamos con diseñadores de alta costura que suplen esta demanda y de esta manera se ha ganado gran espacio dentro de este mercado competitivo.

Gracias a estas decisiones gubernamentales el Ecuador en los últimos años ha venido experimentando una gran evolución en el campo textil, generando empleo con una participación del 20% y constituyéndose, este sector, en el segundo en el sector manufacturero.

Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. En la ciudad de Loja, según el Censo Económico 2010, son nueve los artesanos que diseñan prendas de vestir, que con existiendo solo pequeñas empresas que se dedican a esta actividad, ya que en su mayoría son artesanos calificados en corte y confección donde sus acabados cumplen con los procesos adecuados, pero con una falta de innovación, con escasa tecnología e insuficiente especialización en el capital humano.

La existencia de prendas de vestir importadas, relega el mercado nacional ya que los compradores buscan diversidad de modelos y tallas, existiendo reducida oferta en el mercado local, siendo un problema principal el no

poder encontrar en un mismo lugar productos con variedad de modelos, y con precios accesible, para satisfacer a 58.737 mujeres que pertenecen al grupo etario entre 15 a 64 años de edad.

Razón por la cual a través del presente proyecto se pretende fomentar la creación de empresas dedicadas a la confección y comercialización de vestidos de Gala en la ciudad de Loja, ofreciendo nuevos diseños, plazas de empleo y fomentar la industria textil local.

## **JUSTIFICACIÓN.**

### **Justificación Académica.**

Como estudiante de la carrera de Administración de Empresas el proyecto se constituye en un significativo aporte sobre la cual la Universidad Nacional de Loja, busca establecer el vínculo entre la teoría y la practica (estudiante y colectividad), lo que permitirá fortalecer los conocimientos adquiridos durante los años de formación universitaria, siendo importante la temática propuesta en el proyecto de investigación por dos razones fundamentales: cumplir con el requisito para la obtención del título y segundo porque me permite consolidar el avance científico, con la que posteriormente pueda edificar mi formación como Ingeniera en Administración de Empresas.

### **Justificación Social.**

Cada vez es más difícil encontrar una plaza de trabajo en nuestro medio que brinde las garantías necesarias al empleado considerando la tendencia actual al abandono del campo para migrar a otras ciudades o al exterior. El proyecto de creación de la empresa confeccionadora de vestidos de gala y comercializadora en la ciudad de Loja, tiene como fin, proporcionar un producto de alta calidad con nuevas tendencias de moda, generando plazas de empleo, incrementando sus ingresos económicos, permitiendo atender a las necesidades y exigencias de los usuarios para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Loja.

### **Justificación Económica.**

Se justifica económicamente ya que al analizar el desarrollo empresarial de la ciudad de Loja ya que el mismo permite generar fuentes de empleo el mismo que les permitirá incrementar sus ingresos económicos y de esta manera mejorar su calidad de vida. Con la implementación del proyecto de creación de una empresa de confección de vestidos de gala y su comercialización en la ciudad de Loja, se ofrezca al sector femenino una nueva alternativa del buen vestir brindando calidad, elegancia y distinción, lo que permitirá que los habitantes de ciudad de Loja tenga fuentes de empleo y por ende contribuir al desarrollo económico de la ciudad de Loja y de nuestro país al contar con una mejor calidad de vida.

## **OBJETIVOS.**

### **Objetivo General.**

Realizar la elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de vestidos de gala, en la ciudad de Loja.

### **Objetivo Específicos.**

- ❖ Desarrollar un estudio de mercado el mismo que permita determinar la demanda, la oferta de los vestidos de gala en la ciudad de Loja.
- ❖ Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización e ingeniería del proyecto.
- ❖ Establecer la estructura orgánica y administrativa requerida por la empresa considerando los aspectos legales que se ajusten al tipo de empresa.
- ❖ Establecer un estudio financiero, las fuentes de financiamiento y diseñar la evaluación financiera del proyecto considerando los indicadores financieros para ver si el proyecto es factible o no a ser ejecutado.

## Anexo 2



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS ENCUESTA PARA LA DEMANDA

Estimadas Señora/Srta.; con la finalidad de determinar la aceptación que tendría en el mercado lojano la implementación de una empresa de confección y comercialización de vestidos de gala en la ciudad de Loja, solicitamos su colaboración en la respuesta a la siguiente interrogantes.

#### 1. DATOS GENERALES

##### ¿Qué edad tiene?

De 15 a 30 años ( )

De 31 a 45 años ( )

De 46 a 60 años ( )

De 61 en adelante ( )

##### 2. ¿En promedio cuál es su ingreso mensual?

De \$ 1 a \$ 400 ( )

De \$401 800 ( )

De \$ 801 a 1200 ( )

De \$1201 a \$1600 ( )

Más de \$1600 ( )

**3. ¿Cuál es la parroquia de su residencia?**

Carigán ( )

San Sebastián ( )

Punzara ( )

Sucre ( )

Sagrario ( )

Valle ( )

**Datos específicos.**

**1.- ¿Utiliza usted vestidos de gala en reuniones formales y de etiqueta?**

Si ( )

No ( )

**2.- ¿Los vestidos de gala que usted utiliza en sus reuniones sociales son de fabricación?**

Importados ( )

Nacionales ( )

Locales ( )

**3.- ¿Qué es lo que más le llama la atención al momento de comprar o mandar a confeccionar un vestido de gala?**

Sus materiales ( )

Sus diseños ( )

Su estilo ( )

Su confección ( )

Sus acabados ( )

**4.- ¿Dónde acostumbra a comprar o confeccionar sus vestidos de gala?**

Casa de modas ( )

Boutique ( )

Centros comerciales ( )

**5.- ¿Cuántos vestidos de gala adquiere en el año?**

De 1 a 3 ( )

De 4 a 6 ( )

De 7 a 9 ( )

**6.- ¿La calidad de los vestidos de gala que usted ha adquirido o ha mandado a confeccionar son de?**

Muy buena calidad ( )

Buena calidad ( )

Regular calidad ( )

**7.- ¿En promedio cuanto estaría dispuesta a invertir en un vestido de gala?**

De \$ 50 a \$100 ( )

De \$101 a \$150 ( )

De \$151 a \$200 ( )

Más de \$200 ( )

**8.- ¿Si en la ciudad de Loja se implementara un local de confección de vestidos de gala y su comercialización, usted estaría dispuesto a adquirirlos?**

Si ( ) No ( )

**9.- ¿Los vestidos de gala que usted adquiriría qué tipo de presentación le gustaría que tenga?**

Armador y funda plástica ( )

Armador y forro ( )

Caja de cartón ( )

**10.- ¿En qué sector le gustaría que se instale el local de confección de vestidos de gala?**

En el parque industrial ( )

En sector más comercial de Loja ( )

En un sector residencial ( )

**11.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se promocionen la nueva empresa?**

Televisión ( )

Radio ( )

Prensa escrita ( )

Redes sociales ( )

**Gracias por su colaboración**

### Anexo 3



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**ENCUESTA PARA LOS OFERENTES**

Estimado Sr/(a) con la finalidad de realizar un estudio de factibilidad como requisito previo para mi graduación como ingeniera comercial le solicito su colaboración dando respuesta a las siguientes interrogantes.

**1. ¿Confecciona usted vestidos de gala para eventos sociales y de etiqueta?**

Si (     )            No (     )

**2. ¿Qué cantidad de vestidos de gala vende mensualmente?**

De 1 a 3 (     )

De 4 a 6 (     )

De 7 a 9 (     )

**4. ¿Cuál es el precio promedio del costo que tienen los vestidos de gala que confecciona usted?**

De 50 a 100 (     )

De 101 a 200 (     )

Más de \$200 (     )

**4.- ¿Realiza usted publicidad de empresa?**

Si ( )

No ( )

**5.- ¿De ser positiva la pregunta anterior por qué medios de comunicación realiza su publicidad?**

Televisión ( )

Radio ( )

Prensa escrita ( )

Redes sociales ( )

**Gracias por su colaboración**

#### Anexo 4

<b>Empresas de confección de vestidos de gala en la ciudad de Loja</b>	
1	Carotex
2	Cantarina
3	La casa de Manuel
4	Confecciones Angy
5	Caricias
6	Augusto Celi
7	Casa Cidy
8	Confecciones Marthita
9	Boutique Bon Amour
10	Rosita Alta costura
11	Taller de confecciones Laura
12	Confecciones Candy
13	Modistería Don Mario
14	Confecciones Lucy
15	Taller D´ Cristina
16	Confecciones Dieguito
17	Confecciones Raquelita
18	Tijeras Alta costuro
19	Modistería Anita
20	Modas y elegancia Carlita
21	Taller Panchita
22	Casa de Reinas
23	Casa de Modas
24	Confecciones Daniela
25	Taller Tatiana
26	Trajes Poma
27	Trajes a la medida
28	Confecciones Andreita

## Anexo 5

Total población femenina de 15 a 64 años		
Edad	Mujer	Total
15	1752	3462
16	1769	3486
17	1751	3527
18	1984	3953
19	1974	3907
20	1992	3790
21	1965	3673
22	1982	3829
23	1913	3587
24	1852	3513
25	1756	3373
26	1668	3269
27	1686	3268
28	1631	3094
29	1565	2929
30	1494	2841
31	1411	2567
32	1330	2423
33	1223	2349
34	1184	2218
35	1182	2196
36	1137	2112
37	1086	2005
38	1078	1978
39	1129	2005
40	1111	2012
41	986	1774
42	1075	1903
43	928	1709
44	966	1739
45	1054	1927
46	1016	1872
47	954	1725
48	971	1759
49	894	1627
50	898	1677
51	740	1361
52	773	1418
53	743	1358
54	661	1289
55	724	1343
56	633	1201
57	602	1184

58	602	1070
59	544	1019
60	590	1037
61	430	809
62	456	842
63	427	808
64	463	852
<b>Total</b>	<b>58.735</b>	<b>170.280</b>

Anexo 6

Plan de aplicación de encuestas

PARROQUIAS URBANAS LOJA	TOTAL POBLACION FEMENINA DE 15 A 65 AÑOS	BARRIOS	CALLES	PORCENTAJE (%)	Nº DE ENCUESTAS
PARROQUIA CARIGAN 6	8295	PITAS	Buenaventura	14,14%	54
			Bucaramanga		
			Barranquilla		
			Manisales		
			Palmira		
			Majagual		
			Manuel Larreategui		
			La Tagua		
			Hilario González		
		LA BANDA	Luciano Lasso		
			Francisco Costa		
			Eduardo Puertas		
			Zoila Alvarado		
			Gnral. Vicente Anda Aguirre		
			Gnral. Rafael Rodriguez		
			Diego De Troya		
			Agustín Cueva		
			Manuel Cabrera		
		MOTUPE	Av. 8 De Diciembre		
			Eduardo Puertas		
			Eduardo Palacios		
			Chuquiribamba		
			Vicente Burneo		
			Alfredo Aguirre		
			Gualel		
			Chantaco		
			Lago Michigan		
		SAUCES NORTE	Juan De Valdes Leal		
			Bernardo Canaletto		
			Frans Hals		
Joaquin Sorolla					
Eduard Much					
Juan Mira					
Bernini					

			Picasso		
			Salvador Dalí		
		<b>SALAPA</b>	S/N		
			S/N		
		<b>CARIGAN</b>	Vía Nueva a Cuenca		
			S/N		

PARROQUIA EL SAGRARIO 8	6519	<b>BARRIO CENTRAL</b>	Azuay	11,26%	43
			Miguel Riofrio		
			Rocafuerte		
			10 De Agosto		
			J. A. Eguguren		
		<b>SANTO DOMINGO</b>	S/N		
			S/N		
		<b>18 DE NOVIEMBRE</b>	Tulipanes		
			Girasoles		
			Gladiolos		
			Gardenias		
			Crisantemos		
		<b>JUAN DE SALINAS</b>	Quito		
			Jose Felix Valdiviezo		
			Manuel Toledo		
			Sucre		
			Imbabura		
		<b>24 DE MAYO</b>	S/N		
			S/N		
		<b>ORILLAS DE ZAMORA</b>	Av. Río Marañón		
			Av. Orillas Del Zamora		
			Río Yacuambi		
			Río Nangaritzza		
			Río Cenepa		
		<b>PERPETUO SOCORRO</b>	Venezuela		
			Lauro Guerrero		
José Picoita					
Manuel J. Aguirre					
Espíritu Santo Correa					
<b>RAMON PINTO</b>	Nicolás García				
	José M. Peña				
	Epicachima				
	Rocafuerte				
	Av. Manuel Carrión Pinzano				

<b>PARROQUIA EL VALLE 10</b>	6189	<b>SAN JUAN DEL VALLE</b>	Daniel Álvarez	10,47%	40
			Av. Orillas Del Zamora		
			Bracamoros		
			Vaca De Vega		
		<b>LAS PALMAS</b>	S/N		
			S/N		
			S/N		
			S/N		
		<b>SAN CAYETANO</b>	Av. Santiago De Las Montañas		
			Esmeraldas		
			Portoviejo		
			Darío Eguiguren		
		<b>SANTIAGO FERNANDEZ</b>	S/N		
			S/N		
			S/N		
			S/N		
		<b>JIPIRO</b>	Velasco Ibarra		
			Av. Salvador Bustamante Celi		
			Daniel Armijos		
			Bethoven		
		<b>LA INMACULADA</b>	S/N		
			S/N		
			S/N		
			S/N		
		<b>LA ESTANCIA</b>	S/N		
			S/N		
			S/N		
			S/N		
		<b>CHINGUILANCHI</b>	S/N		
			S/N		
			S/N		
			S/N		
		<b>LA PAZ</b>	Antonio De Atienza		
			Geronimo Casa De Vega		
			Diego Vaca De Torres		
			Tucano		
		<b>AMABLE MARIA</b>	Detroit		

	10489	LA ARGELIA	Pitágoras	17,80%	68
			Aristóteles		
			Confucio		
			Sócrates		
			Arquimides		
			0		
			0		
		0			
		SAN ISIDRO	Antonio Philips		
			La Condamine		
			Luis Renault		
			Faraday		
			Francisco de Caldas		
			Albert Einstein		
			Galileo Galiley		
			Thomas Alva Edison		
		HEROES DEL CENEPA	S/N		
			S/N		
		SOL DE LOS ANDES	S/N		
			S/N		
		SANTA TERESITA	S/N		
			S/N		
		DANIEL ALVAREZ	Juan Larrea		
			Cuero y Caicedo		
			Manuela Cañizares		
			Manuel Quiroga		
			Vicente Álvarez		
Rodríguez Soto					
Carlos Montufar					
Manuel de Angulo					
TEBAIDA	Curazao				
	Bolivia				
	España				

			México		
			Puerto Rico		
			Cuba		
			Costa Rica		
			Argentina		
		<b>ISIDRO AYORA</b>	Pakistán		
			Dinamarca		
			Irlanda		
			Albania		
			Grecia		
			Alemania		
			Turquía		
			Rumania		
		<b>SAN PEDRO</b>	Guancavilca		
			Eugenio Espejo		
			Colorados		
			Aztecas		
			Av. De los Paltas		
			Oñas		
			Nájaro		
			Cuauctemoc		
		<b>COLINAS LOJANAS</b>	Cazaderos		
			Pilapila		
			Llacurco		
			Colambo		
			Cajanuma		
			Acacana		
			Susuco		
			Ahuaca		
		<b>CIUDAD ALEGRIA</b>	S/N		
			S/N		
		<b>JUAN JOSE CASTILLO</b>	S/N		
			S/N		

<b>PARROQUIA SAN SEBASTIAN 8</b>	<b>8135</b>	<b>MAXIMO AGUSTÍN RODRIGUEZ</b>	S/N	<b>13,87%</b>	<b>53</b>
			S/N		
		<b>PUCARA</b>	Av. Eduardo Kigman		
			Simón Bolívar		
			Sozoranga		
			Bernardo Valdivieso		
			José Joaquín de Olmedo		
			Juan José Peña		
			José Ingenieros		
		<b>PRADERA</b>	Sixto Durán Romero		
			José Gaos		
			Ramón del Valle		
			Rosario Castellanos		
			Vinicio Rueda		
			Leonidas Proaño		
			Eduardo Rubianes		
		<b>YAHUARCANA</b>	José Martínez Ruiz		
			Sebastián Valdivieso Peña		
			Miguel de Unamuno		
			Benito Pérez Galdos		
			Rodolfo Agola		
			Antonio Machado		
			Clorinda Matto		
		<b>LOS GERANEOS</b>	S/N		
			S/N		
		<b>EL ROSAL</b>	S/N		
			S/N		
		<b>CAPULI</b>	Av. Ruta éxodo de Yangana		
Av. Eduardo Kigman					
Av. Reinaldo Espinoza					
S/N					
<b>ZAMORA HUAYCO</b>	Río Orinoco				
	Río Arauca				
	Río Caboni				
	Río Cauca				
	Río Caqueta				

<b>PARROQUIA SUCRE 19</b>	<b>19108</b>	<b>GRAN COLOMBIA</b>	Av. Cuxibamba	<b>32,46%</b>	<b>124</b>
			Av. 8 De Diciembre		
			Ambato		
			Av. Gran Colombia		
			Machala		
			Av. Nueva Loja		
		<b>SAN JOSE</b>	S/N		
			S/N		
		<b>SAN VICENTE</b>	S/N		
			Puerto Príncipe		
			Matagalpa		
		<b>CAPULI LOMA</b>	S/N		
			S/N		
<b>EL PEDESTAL</b>	Av. Shushuguayco				
	Av. Villonaco				

			Eugenio Espejo		
			Calicuchima		
			Panzaleos		
			Otavalos		
		<b>CLODOVEO</b>	S/N		
			S/N		
		<b>TURUNUMA</b>	Dr. Eduardo Mora Moreno		
			Av. Pablo Palacio		
			José Miguel Chiriboga		
			Carlos Iñiguez Astudillo		
			Raúl Campana Espinoza		
			Carlos Peñaherrera		
		<b>BELEN</b>	Cáceres		
			Rondina		
			Diamantina		
			Carupano		
			Brasilia		
			Maiquetia		
		<b>PLATEADO</b>	Virgilio Rodas		
			Paso Lateral		
			Dr. Manuel Jaramillo		
			Dr. Luis Zapater		
			Sr. Julio Aguirre		

			Dr. Daniel Torres		
		<b>BORJA</b>	S/N		
			S/N		
		<b>OBRAPIA</b>	Demetrio Aguilera Malta		
			Juan Bautista Aguirre		
			Jacinto De Evia		
			José De La Cuadra		
			Alfredo Pareja Diezcanseco		
			Enrique Gil Gilbert		
		<b>MENFIS</b>	Sta. Martha		
			Tumbes		
			Callao		
			Av. De Integración Barrial		
			Pancho Villa		
			Alfredo Pérez G.		
		<b>CHONTACRUZ</b>	Av. De Integración Barrial		
			Eugenio Espejo		
			S/N		
			S/N		
			S/N		
		<b>BOLONIA</b>	S/N		
			Virgilio Rodas		
			Eugenio Espejo		

			Paso Lateral		
			S/N		
			S/N		
			S/N		
		<b>EUCALIPTOS</b>	S/N		
			S/N		
		<b>TIERRAS COLORADAS</b>	San Vicente Ferrer		
			Santa Narcisa De Jesús		
			San Juan Bosco		
			Santa Clara De Asís		
			San Francisco De Asís		
			San Martín De Porres		
		<b>CELI ROMAN</b>	S/N		
			S/N		
		<b>ALBORADA</b>	S/N		
			S/N		

			S/N		
		<b>MIRAFLORES</b>	Av. Villonaco		
			Guancavilca		
			Nájaro		
			Punáes		
6	58735	63		100%	382

## Anexo 7

### Depreciación de adecuación de instalaciones.

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		95,00		1900,00
1	1895,25		94,76	1800,49
2	1800,49		94,76	1705,73
3	1705,73		94,76	1610,96
4	1610,96		94,76	1516,20
5	1516,20		94,76	1421,44
6	1421,44		94,76	1326,68
7	1326,68		94,76	1231,91
8	1231,91		94,76	1137,15
9	1137,15		94,76	1042,39
10	1042,39		94,76	947,63
11	947,63		94,76	852,86
12	852,86		94,76	758,10
13	758,10		94,76	663,34
14	663,34		94,76	568,58
15	568,58		94,76	473,81
16	473,81		94,76	379,05
17	379,05		94,76	284,29
18	284,29		94,76	189,53
19	189,53		94,76	94,76
20	94,76		94,76	0,00

### Depreciación de maquinaria y equipos

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		233,00		2330,00
1	2096,99		209,70	1887,29
2	1887,29		209,70	1677,59
3	1677,59		209,70	1467,89
4	1467,89		209,70	1258,19
5	1258,19		209,70	1048,50
6	1048,50		209,70	838,80
7	838,80		209,70	629,10
8	629,10		209,70	419,40
9	419,40		209,70	209,70
10	209,70		209,70	0,00

### Depreciación herramientas

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		49,85		498,50
1	448,64		44,86	403,78
2	403,78		44,86	358,91
3	358,91		44,86	314,05
4	314,05		44,86	269,18
5	269,18		44,86	224,32
6	224,32		44,86	179,46
7	179,46		44,86	134,59
8	134,59		44,86	89,73
9	89,73		44,86	44,86
10	44,86		44,86	0,00

### Depreciación de muebles y enseres

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		81,50		815,00
1	733,49		73,35	660,14
2	660,14		73,35	586,79
3	586,79		73,35	513,44
4	513,44		73,35	440,09
5	440,09		73,35	366,75
6	366,75		73,35	293,40
7	293,40		73,35	220,05
8	220,05		73,35	146,70
9	146,70		73,35	73,35
10	73,35		73,35	0,00

### Depreciación de equipos de oficina

Per. Anual	Dep. Anual	Valor Residual	Dep. Acumulada	Valor en libros
		30,70		307,00
1	303,93		30,39	273,54
2	273,54		30,39	243,14
3	243,14		30,39	212,75
4	212,75		30,39	182,36
5	182,36		30,39	151,97
6	151,97		30,39	121,57
7	121,57		30,39	91,18
8	91,18		30,39	60,79
9	60,79		30,39	30,39
10	30,39		30,39	0,00

### Depreciación de equipos de computación

<b>Per. Anual</b>	<b>Dep. Anual</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Dep. Acumulada</b>	<b>Valor en libros</b>
		573,30		1720,00
1	1146,59		382,20	764,40
2	764,40		382,20	382,20
3	382,20		382,20	0,00

## ÍNDICE.

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización de tesis	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
a. Título	1
b. Resumen	2
Abstract	6
c. Introducción	10
d. Revisión de Literatura	13
e. Materiales y Métodos	48
f. Resultados	54
g. Discusión	73
h. Conclusiones	169
i. Recomendaciones	171
j. Bibliografía	173
k. Anexos	176
Índice	205