



1859

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y  
SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA”**

**Tesis previa a la obtención del  
grado de Ingeniera Comercial.**

**AUTORA:**

**MÓNICA TATIANA VIVANCO ARAUJO**

**DIRECTOR:**

**ING. COM. CARLOS RODRÍGUEZ ARMIJOS Mg. Sc.**

**LOJA-ECUADOR**

**2015**

## CERTIFICACIÓN

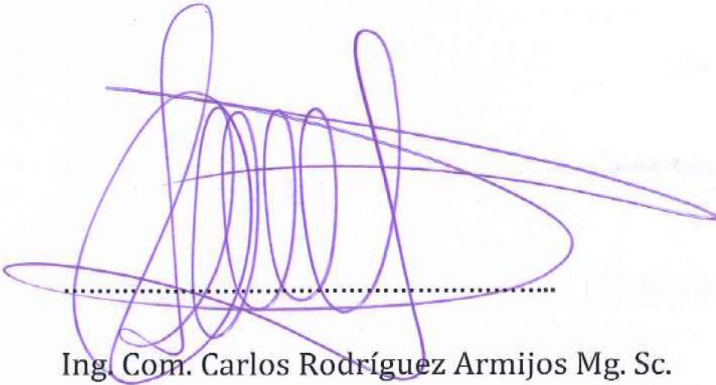
ING. COM. CARLOS RODRÍGUEZ ARMIJOS Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

CERTIFICA:

Haber dirigido y revisado la presente tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA** “realizada por el egresada **Mónica Tatiana Vivanco Araujo**; la misma que cumple con todas las normas y lineamientos establecidos por la Universidad Nacional de Loja para la graduación, por lo cual, autorizo su presentación.

Loja, junio del 2015

A handwritten signature in purple ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right. The signature is positioned above a dotted horizontal line.

Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

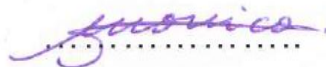
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Mónica Tatiana Vivanco Araujo, declare ser autora del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**Firma:**



**Cédula:**

1103595003

**Fecha:**

Junio del 2015

**Autora:**

Mónica Tatiana Vivanco Araujo

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

Yo, **Mónica Tatiana Vivanco Araujo**, declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA”** como requisito para optar al título de: Ingeniera Comercial, 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 (RDI):

Los usuarios puedan 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 10 días del mes de junio del dos mil quince firma, la autora.

Firma: 

Autora: **Mónica Tatiana Vivanco Araujo.**

C.I: 1103595003

Dirección: Cuenca, Rafael María Arízaga 16-57 entre Miguel Vélez y Miguel Heredia.

Correo electrónico: [moni.tva@hotmail.com](mailto:moni.tva@hotmail.com)

Celular: 0995207525

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

**Tribunal de grado:**

**Presidente:** Dr. Luis Quizhpe Salinas Mg. Sc.

**Vocal:** Ing. Galo Salcedo López Mg Sc.

**Vocal:** Ing. Edison Espinosa Bailón Mg. Sc.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi reconocimiento de gratitud a la Universidad Nacional de Loja, los Catedráticos de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, quienes con sus conocimientos y experiencia, contribuyeron con mi formación.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento al Ingeniero Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc., quien como Director de Tesis ha apoyado el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

**Mónica Tatiana Vivanco.**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo de investigación primero a Dios, que ha sido mi pilar fundamental para la culminación de mi carrera profesional, dedico también este trabajo a mi familia, a mis padres, hermanos, a mi hija, a mi sobrina y a mi esposo por ser quienes e apoyaron y me motivaron siempre en los momentos difíciles para poder seguir adelante con mis estudios.

***Mónica Tatiana.***

**a. TÍTULO**

**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA"**

**b. RESUMEN.**

El objetivo principal del presente trabajo fue elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de producción de vestidos para bebé y su comercialización en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay que corresponde a una idea o iniciativa empresarial que tiene ciertas fases de producción, comercialización, proyección y evaluación para la puesta en marcha de la empresa; para lo cual se han tomado en cuenta un conjunto de recursos, humanos, materiales, tecnológicos entre otros que permitieron establecer si el proyecto es viable o no.

El presente trabajo es una representación de un modelo a seguir, ya que reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio tendrá que ser, siendo la síntesis de lo que el empresario intentará organizar en si una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que se tenga el éxito deseado.

Con la utilización de los métodos deductivo, analítico, matemático y estadístico y mediante la aplicación de las técnicas de la observación y la encuesta ha logrado llegar a cumplir con el objetivo principal lo cual arrojó los siguientes resultados:

El Estudio de mercado señala una demanda efectiva anual de vestidos para bebé de 518.023 y una oferta de 24.552; con una demanda insatisfecha de 493.471 vestidos anuales, para ello se planteó un plan de comercialización.



El estudio técnico da una idea muy clara del proceso de producción de los vestidos de bebé, indicando una capacidad instalada que atiende el 3.15% de la demanda insatisfecha, con una producción anual de 15.600 vestidos, con lo cual se iniciarán las operaciones utilizando el 75% de la capacidad instalada para el primer año con un incremento del 5% anual hasta alcanzar el 95% en el año 10.

La empresa constituirá en Compañía de Responsabilidad Limitada denominada “Mónica Vivanco Cía. Ltda”, con su estructura legal y administrativa.

El estudio financiero indica que se requiere unos activos de 53.145,15 dólares, con unos costos de \$175.561,01 para el primer año, con unos ingresos de \$30.218,44. El punto de equilibrio para el primer año es de 52.51% de capacidad instalada y de 119.853,41 dólares para el primer año.

La evaluación financiera que evalúa la empresa en forma global, permitió conocer la conveniencia financiera del proyecto; así tenemos un VAN positivo de 175.931,40; la TIR, tiene un porcentaje de 67.36%; la Relación beneficio costo es mayor a uno con una utilidad de 0.30 centavos por cada dólar invertido. El PR/C es de un 1 año, 6 meses y 12 días; además se pudo comprobar que el proyecto tiene una sensibilidad de 99% con el incremento de costos del 19.85% y con una disminución de ingresos del 12.40%.

## **ABSTRACT**

The main objective of this study was to develop a feasibility project for the creation of micro production of baby clothes and marketing in the city of Cuenca, Azuay province corresponding to a business idea or initiative has certain stages of production, marketing, planning and evaluation for the implementation of the company; for which they have taken into account a set of resources, human, material, technological and others that allowed establishing whether the project is viable or not.

This work is a representation of a model, bringing together the verbal and graphic information of what the business will have to be, being the synthesis of what the employer will try to organize itself an entrepreneurial work and perform activities necessary and sufficient to have the desired success.

With the use of deductive, analytical, mathematical and statistical methods and by applying the techniques of observation and survey has made it to fulfill the main goal which yielded the following results:

Market research indicates the annual effective demand for baby clothes and an offer of 525 897 25 052; with an unsatisfied demand 500 845 garments annually, for this marketing plan was raised.

The technical report gives a very clear idea of the process of production of baby clothes, indicating an installed capacity serving the 3.16% of the unmet demand, with an annual output of 15,600 garments, which will begin operations using 75 % of installed capacity for the first year with an increase of 5% per year to reach 95% in the year 10.

The company will be in Limited Liability Company called "Monica Co.

Vivanco. Ltda "with its legal and administrative structure.

The study indicates that financial assets of \$ 53,145.15 is required, with a cost of \$ 175,561.01 for the first year, with revenues of \$ 30,218.44. The breakeven point for the first year is 52.51% of installed capacity and \$ 119,853.41 for the first year.

The financial evaluation that assesses the company globally, yielded information on the financial suitability of the project; so we have a positive NPV of 175,931.40; IRR, has a percentage of 67.36%; the benefit cost ratio is greater than one with a profit of 0.30 cents for every dollar invested. The PR / C is 1 year, 6 months and 12 days; in addition it was found that the project has a sensitivity of 99% with increasing costs of 19.85% and a decrease in revenue of 12.40%

### **c. INTRODUCCIÓN.**

Las empresas en el Ecuador que son grandes productores pueden en base a su volumen de compra, negociar con los proveedores de materia prima, mientras que las microempresas en cambio se ven obligados a aceptar los precios impuestos por los proveedores.

Las malas condiciones por las que atraviesan las microempresas ecuatorianas sin ninguna asesoría, o que no conocen de políticas claras que permitan el progreso de la industria, inducirá a que las microempresas permanezcan limitadas y su crecimiento sea lento, afectando a la competitividad con los mercados.

El problema de las microempresas del sector textil en la producción de vestidos para bebés en la ciudad de Cuenca muestran problemas de una baja productividad estructural, que no abastecen el mercado de manera ordenada, no poseen una clara dirección y su volumen de producción obedece a requerimientos puntuales, no se hace una planificación de la producción de tal forma que en algunas épocas del año se ven abarrotadas de pedidos que no son satisfechos eficientemente y en otros periodos se ven obligadas a reducir costos o personal para poder mantenerse en el mercado.

Esto se debe a la ineficiente utilización de la capacidad instalada, falta de renovación de equipos y tecnología, problemas en el mercado como por ejemplo competencia desleal, contrabando, bajos precios, nichos de mercados poco dinámicos, etc.

Son pocas las microempresas de sector textil en la producción de vestidos para bebés en la ciudad de Cuenca que realizan un estudio que sea factible utilizando técnicas para su productividad y comercialización de sus prendas y no tienen en cuenta a sus competidores. Además existe un alto nivel de informalidad en este sector en que los trabajadores son carentes de los beneficios de ley como consecuencia de la informalidad, poseen poca estabilidad, trabajan aisladamente, realizan trabajos parciales para los grandes productores; en consecuencia existen en la ciudad de Cuenca muchos obreros suficientemente capacitados que pasan desempleados.

En la ciudad de Cuenca, el subsector de la confección de ropa para bebé presenta como principal problema que aquellas empresas pequeñas y medianas dedicadas a esta actividad no realizan un estudio de mercado y técnico que permita una mejor guía al momento de establecerse y poner en funcionamiento sus actividades dirigidas a conseguir una producción eficiente y de calidad y que sobre todo cumpla con los estándares de adquisición de los productos por parte de los clientes.

Con la utilización de un conjunto de métodos y técnicas se logró realizar los diferentes estudios que contienen el presente proyecto:

El ESTUDIO DE MERCADO, en el cual se determinó que el producto tiene una demanda insatisfecha en el mercado de la ciudad de Cuenca.

El ESTUDIO TÉCNICO, determino que la empresa tendrá una capacidad instalada de producción y una capacidad utilizada; para el efecto se detallan los

materiales, equipos, maquinaria, insumos y recursos humanos requeridos para la elaboración de vestidos para bebe, empresa que será instalada y ubicada en la ciudad de Cuenca.

Posteriormente se diseñó la ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y LEGAL DE LA EMPRESA, en la que se definieron los niveles jerárquicos, fundamentales en la operación y la buena organización de la empresa, como son: Asamblea general de socios, un Gerente, una Secretaria Contadora, un Conserje, un Jefe de producción y Jefe de ventas, obreras y un vendedor.

El ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO identificó que los rubros de inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto como Activo fijo, Activo Diferido y Activos circulantes. Los costos para el primer año útil del proyecto se miden en base a los ingresos.

La EVALUACIÓN FINANCIERA determinó la viabilidad del proyecto, mediante los indicadores financieros: Obteniendo un VAN positivo, una R (B/C); un PRC, con una TIR y un Análisis de Sensibilidad el cual nos comprueba que el proyecto es factible.

Finalmente se realizaron las conclusiones y recomendaciones.

#### **d. REVISION DE LITERATURA.**

#### **MARCO REFERENCIAL.**

#### **INDUSTRIA TEXTIL INFANTIL.**

Este sector constituye un nicho de mercado con un sucesivo crecimiento y alta demanda. Esta industria se ve altamente influenciada por factores como las tasas de natalidad, lo cual permite realizar una proyección de la demanda, venta y niveles de producción. En el Ecuador por cada mil habitantes tenemos 23 nacimientos anuales promedio. Según el INEC cada dos minutos cuarenta segundos nace un nuevo compatriota.

#### **GRÁFICO 1 VESTIDO PARA BEBÉ**



Sin embargo la ropa de bebé no tiene un rubro significativo en la producción nacional, revela la baja capacidad de producción en las industrias de estas prendas. Es decir hay un escaso aporte al PIB industrial y más aún al nacional.

#### **ROPA PARA BEBÉ.**

Es importante entender y definir en primer lugar la edad máxima comprendida para un bebé, esta es de 0 meses hasta 24 meses o 2 años de edad.

“Existe una amplia variedad de modelos y colores en cuanto a la confección de vestidos para bebé, entiéndase que por vestidos son aquellos de uso exclusivo para bebé mujer.”<sup>1</sup>

## **DISEÑO DE INDUMENTARIAS DE BEBE**

La prenda de los niños al contrario de la confección de prendas para adultos no necesitan unas medidas exactas tomadas sobre el cuerpo de la persona, podemos seguir una tabla de medidas según la edad.

Cada vez son más los diseñadores que optan por el diseño de indumentaria infantil y de bebés. Esto sucede no sólo porque hay menos competencia que en otros sectores de la industria, sino que cuenta con ventajas propias del usuario para el cual se diseña.

En relación con el cuerpo adulto, el cuerpo del bebé es más pequeño, por lo cual la cantidad de material que se necesita para envolverlo es, por consiguiente, menor. Como resultado, al realizar la tizada, es decir, al colocar los moldes (de manera ordenada y para que estos rindan al máximo posible) sobre la tela a cortar, la superficie utilizada para una cantidad X de prendas, será menor que la superficie utilizada para cortar la misma cantidad de prendas para una persona adulta. Esto resulta en costos de producción más bajos para una misma cantidad de prendas.

---

<sup>1</sup> [Palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/253.pdf](http://Palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/253.pdf)



Otra razón para muchos nuevos diseñadores independientes es que, como los bebés no tienen curvas, el desarrollo de la moldería de ropa para bebés es más fácil que para hombres y más aún que para mujeres.

“El hecho de que el usuario no tenga un cuerpo con curvas, elimina las pinzas de la moldería, resultando esta última en prendas rectas y sin entalle”.<sup>2</sup>

## **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.**

### **MICROEMPRESA.**

Una definición más precisa depende de la legislación de cada país. Dentro de la Unión Europea se entiende por microempresa a toda entidad que ejerce una actividad económica, ocupa a menos de 10 personas y tiene un volumen de negocios o un balance general anual que no supera una gran cantidad de dinero. En algunos lugares también son llamadas Small Office, Home Office (Pequeña oficina, oficina en casa) o SoHo. Empresas mayores, que no cuentan con este modelo de división del trabajo, a menudo son llamadas pequeñas y medianas empresas (pyme). Las microempresas surgen de un proyecto emprendedor por parte del dueño del mismo, quien a su vez suele ser el administrador de su propia empresa. “Son negocios que venden sus productos en pequeñas cantidades y no requieren de gran inversión para su funcionamiento. Estas pequeñas empresas tienen la posibilidad de crecer y generar competitividad con sus similares”.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Palermo.edu/servicios\_dyc/proyectograduacion/archivos/253.pdf

<sup>3</sup> Santos, Tania (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*, 5ta.edic. Pág. 14.

## **CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS.**

Dentro de las actividades productivas informales las microempresas pueden clasificarse en tres estratos según su capacidad de acumulación, con las siguientes particularidades:

- 1.- Microempresas de subsistencia o de supervivencia,
- 2.- Microempresas con capacidades de acumulación simple
- 3.- Microempresas consolidadas en tránsito para la pequeña empresa.

“Las microempresas de subsistencia son las que remuneran inadecuadamente a su propietario no existiendo la retribución al capital productivo, lo que causa descapitalización en su actividad. En general, no logran cubrir los costos laborales.”<sup>4</sup>

Por otro lado, las de acumulación simple son unidades productivas que únicamente regeneran el proceso productivo en el mismo volumen de producción que realizan, siguen prácticas contractuales que les permiten el ahorro de costos salariales.

Y por último, las consolidadas o de acumulación ampliada corresponden a establecimientos que alcanzan a pagar a su propietario, producir excedentes y crear puestos de trabajo que cumplimentan la legislación laboral con respecto al pago de seguro de salud y de salario mínimo.

---

<sup>4</sup> Santos Santos, Tania (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*

## **PROYECTO.**

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto. Consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo, y es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial o se agotan los recursos disponibles.

La definición más tradicional es un esfuerzo planificado, temporal y único, realizado para crear productos o servicios únicos que agreguen valor o provoquen un cambio beneficioso. “Esto en contraste con la forma más tradicional de trabajar, en base a procesos, en la cual se opera en forma permanente, creando los mismos productos o servicios una y otra vez”.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> [Antecedentes.net/antecedentes-proyecto.html](http://Antecedentes.net/antecedentes-proyecto.html)

## **FACTIBILIDAD.**

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

Estos resultados se entregan a la gerencia, quienes son los que aprueban la realización del sistema informático.

“El estudio de factibilidad es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5 % y un 10 % del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar”.<sup>6</sup>

## **PROYECTO DE FACTIBILIDAD.**

“Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto, además de ser un conjunto de información que nos permite tomar la mejor decisión. Si procede o no su estudio, desarrollo o implementación. Su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen los estudios técnico, financiero, de mercado y administrativo.”<sup>7</sup>

En el Estudio de Factibilidad intervienen cuatro grandes etapas:

---

<sup>6</sup> Apoyoti.com/factibilidad-de-sistemas/

<sup>7</sup> Santos Santos, Tania (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión.*

- Identificación de la idea
  
- Pre inversión
  
- Inversión
  
- Operación

Un proyecto está formado por cuatro estudios principales:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero
- Estudio de Organización

### **ESTUDIO DE MERCADO.**

“El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.”<sup>8</sup>

### **MERCADO.**

“Es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago”.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> García, Flor. (2006). *Guía para Elaborar Planes de Negocio*. Quito, Ecuador.

<sup>9</sup> Kotler, Philip y Lane Keller, Kevin. (2006). *Dirección de Marketing*. México. Editorial Pearson Educación.

**Producto.-** “Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso”.

**Precio.-** Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio, es decir, el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios.

**Plaza.-** Es el camino que recorre un producto o servicio desde el fabricante hasta su consumidor.

**Promoción.-** Tiene que ver con el sistema de difusión y consecución de la aceptación del producto por parte de los consumidores.”<sup>10</sup>

## **DEMANDA.**

“Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo según determinadas condiciones de precios, calidad, ingresos, gastos de los consumidores, etc.”<sup>11</sup>

**Demanda potencial.-** Se llama demanda potencial a la demanda que existe en el mercado para el consumo de diversos productos y que, por diversos factores, no ha llegado a cubrir las necesidades del Consumidor.

---

<sup>10</sup> Acosta Tobon, Alberto. (1991). *Curso Básico de Administración de Empresas*. Editorial Norma S.A.

<sup>11</sup> Ramírez, Elbar y Cajigas, Margot. (2004). *Proyectos de Inversión Competitivos*. Colombia. Universidad Nacional de Colombia.

**Demanda efectiva.-** Se halla constituida por el segmento de demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.

**Demanda insatisfecha.-** Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

**Proyección de la demanda.-** Se la utiliza para determinar el monto futuro del consumo a través de la vida útil del proyecto.

## **OFERTA.**

“Relación que muestra las cantidades de un bien o servicio que el productor o vendedor está dispuesto y en posibilidades de vender a varios precios durante un periodo dado, estando las demás cosas constantes”<sup>12</sup>

**Proyección de la oferta.-** Estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

**Oferta global.-** Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

---

<sup>12</sup>William, Mc Eachern (2003). *Microeconomía: Una introducción contemporánea*. México DF. Editorial Thomson Learning.

## **TAMAÑO.**

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima.

**Capacidad instalada.-** Volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

**Capacidad utilizada.-** “Proporción de la capacidad instalada de una empresa que utiliza. También se considera a la parte de la capacidad para producir.”<sup>13</sup>

**Tamaño de proyecto-demanda.-** Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay bastante demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

**Tamaño de proyecto-suministros e insumos.-** Teniendo bastante demanda es lógico que la empresa requiera de bastantes suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un buen programa de producción.

**Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.-** Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiado cara y

---

<sup>13</sup> García Santillán, Arturo y Vasquez Cotera, Daniel. (2006). *Proyectos de Inversión. Evaluación Integral*. México.



sofisticada en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

**Tamaño de proyecto-financiamiento.-** La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para poderse endeudar en cualquier maquinaria, lo debe hacer con las mejores condiciones de pago que le puedan ofrecer las entidades financieras.

**Tamaño de proyecto-organización.-** Es de suma importancia contar con el personal adecuado para la empresa, no se puede contratar personal excesivamente caro en caso de no necesitarlo, ni tampoco se puede contratar personal incapaz por el solo hecho del costo de la mano de obra que implicaría”.<sup>14</sup>

## **LOCALIZACIÓN**

Consiste en seleccionar el mejor lugar de emplazamiento del proyecto tomando en cuenta factores cuantitativos y cualitativos como cercanía a los grupos de interés, que incluye el acceso a clientes y proveedores, accesibilidad vial de la zona, seguridad, competencia directa e infraestructura presente en la zona.

**Fuerzas locacionales.-** Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.

---

<sup>14</sup> Coss Bu. Raúl. (2005). Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. México. Editorial Limusa.

**Factores de localización.-** Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo esta evaluación son: **geográficos, institucionales, sociales y económicos.**

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

En este punto se definirá cómo pretende operar el negocio y con qué recursos, por ese motivo se deben considerar tanto recursos físicos como humanos, así como la definición de la operación del proyecto.

**Proceso de producción.-** “El Proceso de Producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la Tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).”<sup>15</sup>

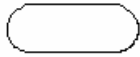









**Diagrama de flujo.-** “Un diagrama de flujo u organigrama es una representación diagramática que ilustra la secuencia de las operaciones que se realizarán para conseguir la solución de un problema”.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Coss Bu. Raúl. (2005). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México. Editorial Limusa.

<sup>16</sup> Orozco Hernández, Carlos. (2007). *Análisis Administrativo: Técnicas y Métodos*. San José, Costa Rica. Editorial EUNED.

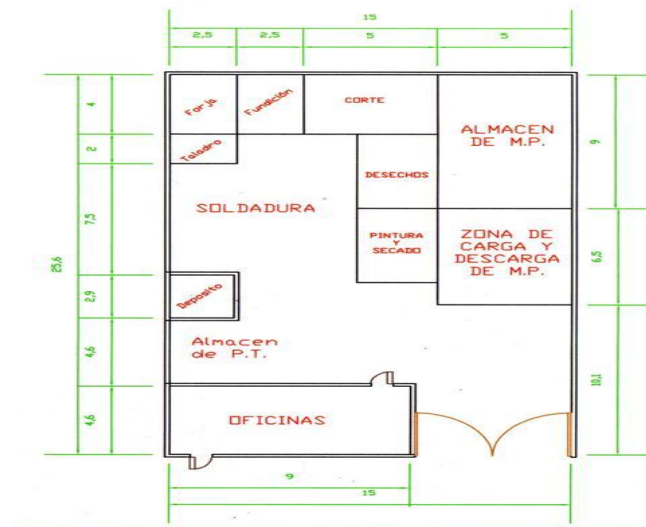
**GRAFICO 2  
DIAGRAMA DE FLIJO**

SÍMBOLO	REPRESENTA	SÍMBOLO	REPRESENTA
	<b>Terminal:</b> Indica el inicio o la terminación del flujo del proceso.		<b>Actividad:</b> Representa una actividad llevada a cabo en el proceso.
	<b>Decisión:</b> Indica un punto en el flujo en que se produce una bifurcación del tipo "SI" – "NO"		<b>Documento:</b> Se refiere a un documento utilizado en el proceso, se utilice, se genere o salga del proceso.
	<b>Multidocumento:</b> Refiere a un conjunto de documentos. Un ejemplo es un expediente que agrupa a distintos documentos.		<b>Inspección / Firma:</b> Empleado para aquellas acciones que requieren una supervisión (como una firma o "visto bueno").
	<b>Conector de proceso:</b> Conexión o enlace con otro proceso diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.		<b>Archivo Manual:</b> Se utiliza para reflejar la acción de archivo de un documento y/o expediente.
	<b>Base de datos/aplicación:</b> Empleado para representar la grabación de datos.		<b>Línea de Flujo.</b> Proporciona indicación sobre el sentido de flujo del proceso.

**Distribución de la planta.-** Es aquella donde esta ordenada todos las áreas específicas de un planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

**Diseño de la planta.-** Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

**GRÁFICO 3  
DISTRIBUCION DE LA PLANTA**



### ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

Entendemos por estructuras organizacionales como los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado.

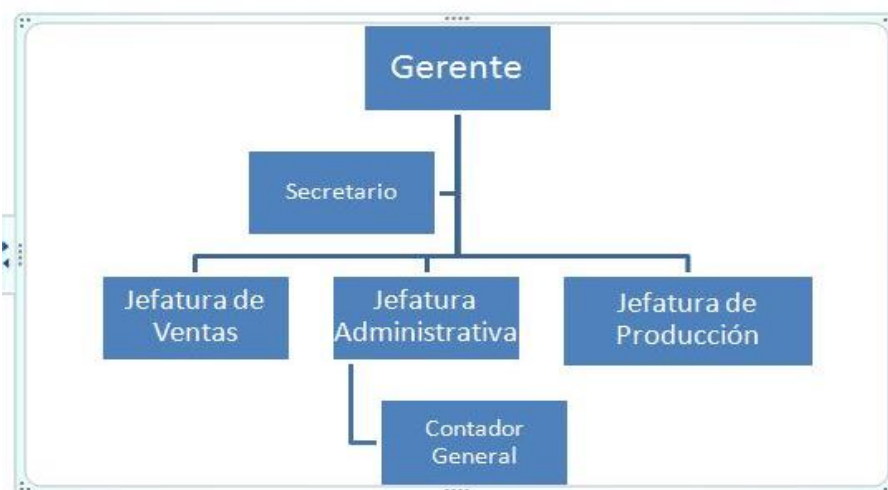
**Niveles jerárquicos.-** Son aquellos que responden a un mismo tipo estructural funcional y jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de responsabilidad, en la jurisdicción y en el tamaño de sus unidades.

- **Nivel Legislativo Directo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo.-** Este nivel está conformado por el Gerente- Administrador.

- **Nivel Asesor.-** Son los asesores Jurídicos o asesores profesionales de otras áreas.
- **Nivel de Apoyo.-** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo.-** “Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.”<sup>17</sup>

**Organigrama.-** Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o parte de ella, y de las relaciones que guardan entre sí las unidades administrativas que la integran.

**GRÁFICO 4**  
**MODELO EJEMPLO DE ORGANIGRAMA**



<sup>17</sup>Gómez Ceja, Guillermo. (1994). Planeación Y Organización De Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill.

**Manual de funciones.-** Los manuales tienen por objeto el decirle a cada empleado por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones, e interrelaciones dentro y fuera de la empresa.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos.

- ✓ Relación de dependencia
- ✓ Dependencia Jerárquica
- ✓ Naturaleza del Trabajo
- ✓ Tareas principales
- ✓ Tareas secundarias
- ✓ Responsabilidades
- ✓ Requerimiento para el puesto”.<sup>18</sup>

## **ESTUDIO FINANCIERO.**

### **INVERSIÓN.**

“La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

---

<sup>18</sup>Gómez Ceja, Guillermo. (1994). Planeación Y Organización De Empresas. México. Editorial Mc Graw Hill.

**Inversiones fijas.-** Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

**Inversiones diferidas.-** Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico.

**Capital de trabajo.-** “Considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. “En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.”<sup>19</sup>

## **FINANCIAMIENTO.**

El financiamiento ayuda a que la empresa pueda solventar su inversión. Este puede darse con capital propio o ajeno.

**Fuentes internas de financiamiento.-** Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto.

**Fuentes externas de financiamiento.-** Son aquellas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones.

---

<sup>19</sup> Sapag Chain, Nassir. (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

**Usos de fondos.-** Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.

## **COSTOS.**

“Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.”<sup>20</sup>

**Costos Directos.-** Son aquellos que puede ser directamente identificados con un producto específico sobre una base consistente y lógica.

**Costos Indirectos.-** Son aquellos que no pueden ser directamente identificados con un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

**Costos de producción.-** Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

**Gastos de administración.-** Son aquellos que corresponde a aquellos resultantes de la administración de la empresa independientemente del aspecto productivo de la industria.

**Gasto de ventas.-** Son los resultantes directamente de la venta final del producto, de manera que también forma parte del costo total.

---

<sup>20</sup> Selto, Arthur. (1995). *Diccionario de Economía*. Barcelona, España. Edit. Oikos S.A



**Gastos Financieros.-** Están determinados por el uso del dinero ajeno, es decir, son los gastos resultantes de la contratación de los préstamos o créditos necesarios para impulsar un proyecto.

**Costos fijos.-** Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

**Costo variable.-** “Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.”<sup>21</sup>

## **INGRESOS.**

“Puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios”.<sup>22</sup>

## **PUNTO DE EQUILIBRIO.**

Se dice que una Empresa está en su Punto de Equilibrio cuando no genera ni Ganancias, ni Pérdidas. Es decir cuando el Beneficio es igual a cero.

Para un determinado costo fijo de la Empresa, y conocida la Contribución Marginal de cada producto, se puede calcular las cantidades de productos o servicios y el monto total de ventas necesario para no ganar ni perder; es decir para estar en Equilibrio.

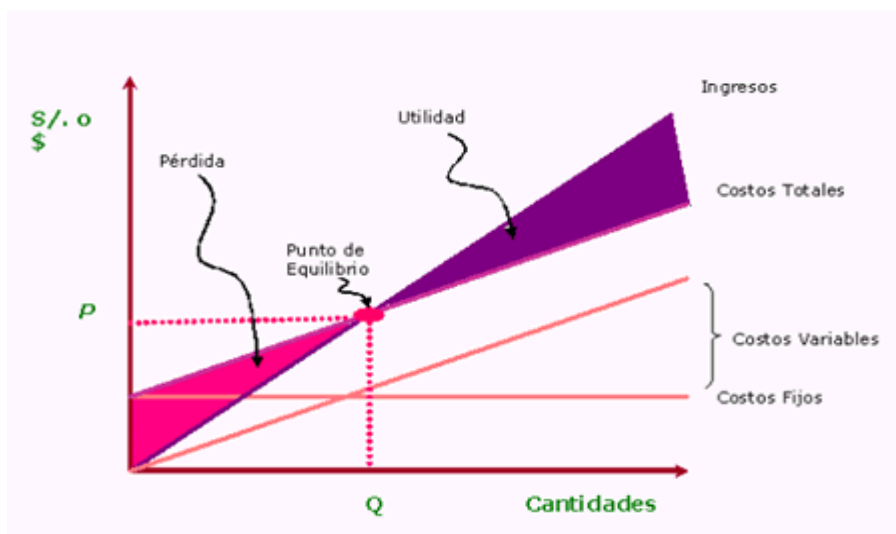
---

<sup>21</sup> Seldo, Arthur. (1995). *Diccionario de Economía*. Barcelona, España. Edit. Oikos S.A

<sup>22</sup> (2013). Ingreso. Enciclopedia Wikipedia [versión electrónica]. Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>

“Para determinar el punto de equilibrio se lo puede realizar utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, además se puede utilizar la forma gráfica para su representación.”<sup>23</sup>

**GRÁFICO 5**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**



**a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

<sup>23</sup> Horngren, Charles; Datar, Srikant y Foster, George. (2007). Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial. México. Editorial Pearson Educación.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA.**

“La razón más importante para desarrollar un modelo de negocio consiste en generar predicciones financieras que sean el elemento fundamental de cualquier plan de negocios. Pero el modelo de negocios también permite comprender mejor la economía y los factores clave de la empresa y ayuda a evaluar el riesgo.

**Flujo de caja.-** Es aquel que será elaborado a base de los ingresos y egresos es decir estará dado por las ventas netas del proyecto menos todos los gastos en efectivo.

**Estado de Pérdidas y Ganancias.-** “Tiene como finalidad demostrar en forma ordenada la utilidad líquida, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.”<sup>24</sup>

### **Valor Actual Neto (VAN).**

“Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.

El valor actual es el método más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor

---

<sup>24</sup> Córdoba Padilla, Marcial. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México. Editorial Ecoe.

actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

$$VAN = \sum \text{Flujos actualizados} - \text{Inversión Inicial}$$

Los criterios de aceptación o rechazo son: Si el VAN es mayor que cero, mostrará cuánto se gana con el proyecto. Si el VAN es igual a cero, la rentabilidad del proyecto es igual a la tasa  $i$  que se quería lograr sobre el capital invertido, y si el VAN es menor a cero, muestra el monto que falta para ganar la tasa  $i$  que se quería.

“Represente el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de producción.”<sup>25</sup>

### **Tasa Interna de Retorno (TIR).**

“La tasa interna de retorno conocido como la TIR; reflejo la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego

---

<sup>25</sup> Hernández Hernández, Abraham. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson.

generan beneficios netos durante el resto de su vida, su fórmula es:

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencias\ de\ tasas \left( \frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$$

Los criterios de aceptación / rechazo son: La TIR se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior: Así:

- “TIR es mayor que la tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar
- Si la TIR es menor a la tasa de interés de oportunidad, se rechaza, y
- TIR es igual a la tasa de interés de oportunidad, hay indiferencia frente al proyecto.”<sup>26</sup>

### **Relación Costo- Beneficio.**

“El indicador beneficio / costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- $B/C > 1$  Se puede realizar el proyecto
- $B/C < 1$  Se debe rechazar el proyecto
- $B/C = 1$  Es indiferente realizar el proyecto

---

<sup>26</sup> Hernández Hernández, Abraham. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson.

Se calcula de la siguiente manera:<sup>27</sup>

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

### **Periodo de Recuperación de Capital.**

“Es el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión original, consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.”

$$PRC = \text{Año que cubre la Inversión} - \left( \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del periodo que supera la Inversión}} \right)$$

### **Análisis de Sensibilidad.**

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

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

---

<sup>27</sup> Hernández Hernández, Abraham. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson.

- “Coeficiente de sensibilidad  $> 1$  el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad  $< 1$  el proyecto no es sensible.”<sup>28</sup>

## FÓRMULAS PARA EL CÁLCULO DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

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

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

---

<sup>28</sup> Hernández Hernández, Abraham. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson.

## e. MATERIALES Y MÉTODOS.

### MATERIALES.

<b>Cuadro Nro. 1 PRESUPUESTO</b>				
<b>Cantida d</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Subtotales (\$)</b>
<b>Equipo de Computo</b>				
<b>1</b>	Mantenimiento e insumos	200,00	200,00	200,00
<b>Total Equipo de Computo:</b>				200,00
<b>Útiles de oficina</b>				
<b>2000</b>	Hojas de papel Bon	0,02	40,00	40,00
<b>10</b>	Lápices	0,50	5,00	5,00
<b>1</b>	Calculadora	35,00	35,00	35,00
<b>800</b>	Copias	0,05	40,00	40,00
<b>8</b>	Anillado y/o empastado	30,00	240,00	240,00
<b>1200</b>	Impresiones	0,20	240,00	350,00
<b>Total Útiles de oficina:</b>				600,00
<b>Bibliografía e internet</b>				
<b>300</b>	Internet		70,00	70,00
<b>Total Bibliografía e internet:</b>				70,00
<b>s/n.</b>	<b>Movilización</b>		200,00	200,00
<b>Total Movilización:</b>				200,00
<b>s/n.</b>	<b>Imprevistos</b>		150,00	260,00
<b>Total Imprevistos:</b>				260,00
<b>TOTAL GENERAL:</b>				<b>1.540,00</b>

### MÉTODOS.

Para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad se va a considerar la utilización de los siguientes métodos y técnicas:



**Método Deductivo:** Parte de aspectos teóricos generales comprobados y aceptados a afirmaciones de carácter particular. Se lo utilizó para realizar los diferentes estudios que comprende un proyecto de factibilidad entre los cuales tenemos: estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.

**Método Inductivo:** Permite partir de afirmaciones particulares a otras más generales. Se lo utilizó para en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado inferirlos a la población en este caso a los habitantes de la ciudad de Cuenca.

**Método Estadístico:** Se lo utilizó en la determinación de la población objeto de estudio y en el cálculo de la muestra, así como en la tabulación y análisis de la información obtenida en la investigación de campo que será presentada a través de cuadros y gráficos estadísticos.

**Método Matemático:** Se lo utilizó en la rama de la matemática que se encarga de estudiar sistemáticamente las propiedades de los modelos es la teoría de modelos para determinar los factores en los estudios de mercado, técnico y financiero.

**Método Analítico-Sintético:** Este método se realiza mediante un proceso donde relaciona hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica estos elementos. Por tanto, se utilizó para analizar la información y poder establecer la realidad actual del fenómeno de investigación y posteriormente sintetizarla y usarla para los estudios de mercado técnico, administrativo y financiero del proyecto de inversión, estableciendo las

conclusiones y recomendaciones pertinentes, a través del análisis y síntesis de los datos.

## **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.**

**Técnica Bibliográfica:** Esta técnica se empleó para recolectar información bibliográfica que sin duda va a representar un soporte significativo a este trabajo de investigación en la estructuración de la revisión de literatura.

**Técnica de Observación:** Se usó esta técnica para observar las necesidades del mercado potencial, la información obtenida será analizada con el fin de adquirir elementos de juicio para la explicación y comprobación de los objetivos planteados.

**Técnica de Encuesta:** Para el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta a la PEA (Población Económicamente Activa) que son 223.469 habitantes de la ciudad de Cuenca, con el objetivo de conocer su aceptación, con la finalidad de determinar su grado de factibilidad.

## **POBLACION Y MUESTRA.**

### **Población:**

Para determinar el tamaño y muestra de la demanda, fue necesario recurrir al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, que proporcionó información relevante sobre el censo poblacional realizado en el año 2010, donde se establece que la PEA (Población Económicamente Activa), fue de 223.469 habitantes económicamente activos. Esta información se proyectó para el año

2014 con una tasa de crecimiento del 1,52%, dando un total de 247.369 habitantes de la PEA.

A continuación se detallan los datos y cálculos realizados:

### **Fórmula para la proyección de la población**

$$Pf = Po(1 + r)^n$$

Dónde:

Pf = Población final

Po = Población Actual

r = Tasa de crecimiento poblacional

l = Constante

n = Número de años.

$$Pf = 223.469(1 + 0,0152)^4 = 247.369$$

A continuación se aplica la fórmula del tamaño de la muestra para conocer cuántas encuestas se va a aplicar.

### **Cálculo del tamaño de la muestra.**

#### **Fórmula de la muestra**

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

$$n = \frac{247.369}{1 + 0.05^2(247.369)} = 399$$

La muestra de investigación resultante es de 399 encuestas a ser aplicadas a la PEA de la ciudad de Cuenca.

A continuación se detalla la distribución muestral en las 15 parroquias urbanas de la ciudad de Cuenca para la aplicación de las 399 encuestas.

**CUADRO 2**  
**DISTRIBUCIÓN MUESTRAL**

<b>N°</b>	<b>Parroquias</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Coficiente Muestral</b>	<b>Número de Encuestas</b>
1	San Sebastián	16.755	0,0016809	28
2	El Batán	15.890	0,0016809	27
3	Yanuncay	13.807	0,0016809	23
4	Bellavista	19.278	0,0016809	32
5	Gil Ramírez	8.834	0,0016809	15
6	El Sagrario	23.450	0,0016809	39
7	San Blas	21.980	0,0016809	37
8	Cañaribamba	11.345	0,0016809	19
9	Sucre	16.723	0,0016809	28
10	Huayna Cápac	34.620	0,0016809	41
11	Hermano Miguel	9.210	0,0016809	15
12	El Vecino	10.456	0,0016809	18
13	Totoracocha	15.408	0,0016809	26
14	Monay	17.374	0,0016809	29
15	Machángara	12.239	0,0016809	21
<b>TOTAL</b>		<b>247.369</b>		<b>399</b>

Fuente: División Política del cantón Cuenca.

Elaboración: La Autora.

## f. RESULTADOS.

### ENCUESTAS A LOS DEMANDANTES DE LA CIUDAD DE CUENCA

#### 1. ¿Tiene usted bebés de sexo femenino entre 0 a 24 meses de edad? DEMANDA POTENCIAL

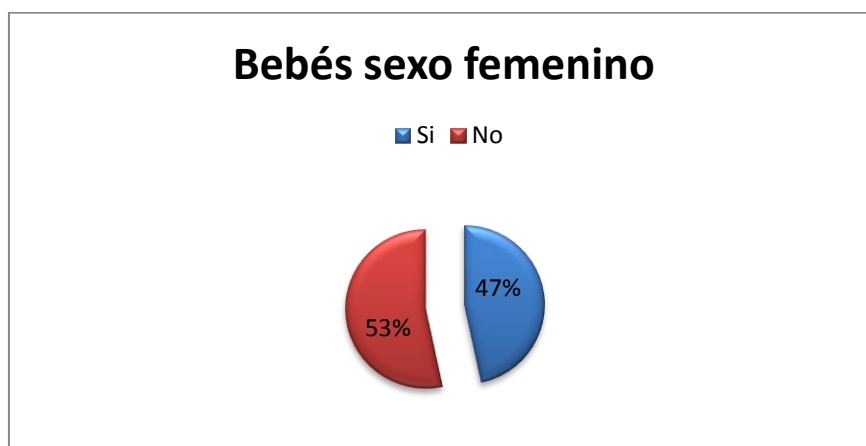
**Cuadro Nro. 3**  
**BEBÉS SEXO FEMENINO (0 a 24 MESES)**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	186	47%
No	213	53%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 6**



#### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 47% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que si tienen bebés de sexo femenino en sus hogares que van de 0 a 24 meses de edad, mientras que el 53% de las personas encuestadas supieron manifestar que no tienen bebés que fluctúen entre esas edades.

## 2. ¿Adquiere usted vestidos para bebé? DEMANDA REAL

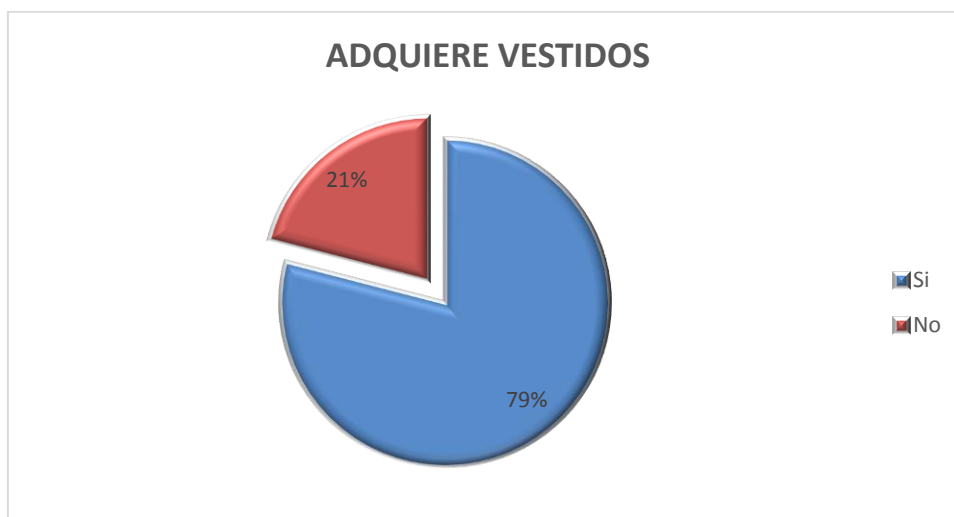
**Cuadro Nro. 4**  
**ADQUIERE VESTIDOS**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	147	79%
No	39	21%
<b>TOTAL</b>	<b>186</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 7**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 79% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que si adquieren vestidos casuales para bebés, mientras que el 21% de estas personas encuestadas manifestaron que no lo hacen.

3. ¿Conoce usted cuáles son las marcas de vestidos para bebé que se comercializan en la ciudad de Cuenca?

**Cuadro Nro. 5**  
**MARCA DE VESTIDOS**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Carter´s	10	7%
Disney	12	8%
Oshkosh	37	25%
Hello Kitty	26	18%
Pasa	53	36%
Babe crece	9	6%
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 8**



**Interpretación de resultados**

Respondiendo la pregunta anterior, el 7% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que las marcas de vestidos casuales para bebés que se comercializan en la ciudad de Cuenca es de la marca Carter's, el 8% respondió que la marca es la Disney, el 25% de estas personas respondieron que es la marca Oshkosh, el 18% respondieron que es la marca Hello Kitty, el 36% de estas personas respondieron que es la marca Pasa y el 6% respondieron que es la marca Bebe crece.

#### 4. ¿Cuántos vestidos para bebé adquiere anualmente?

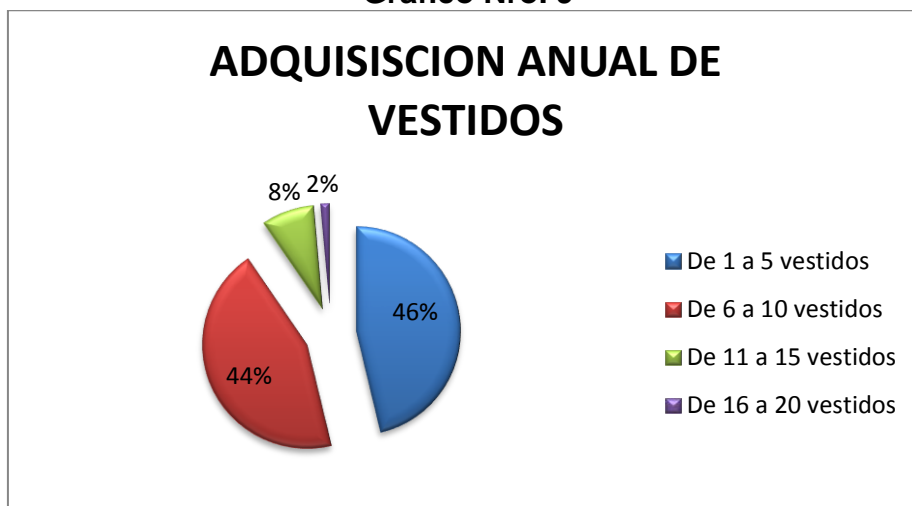
**Cuadro Nro. 6**  
**ADQUISICION ANUAL DE VESTIDOS**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 1 a 5 vestidos	68	46%
De 6 a 10 vestidos	65	44%
De 11 a 15 vestidos	12	8%
De 16 a 20 vestidos	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 9**



#### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 46% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que adquiere vestidos casuales para bebe de 1 a 5 vestidos al año, el 44% de las personas encuestadas dijeron que adquieren de 6 a 10 vestidos al año, el 8% respondieron que adquieren de 11 a 15 vestidos al año y el 2% de las personas encuestadas manifestaron que adquieren de 16 a 20 vestidos al año.



## 5. ¿Qué precio paga usted por cada vestido para bebé?

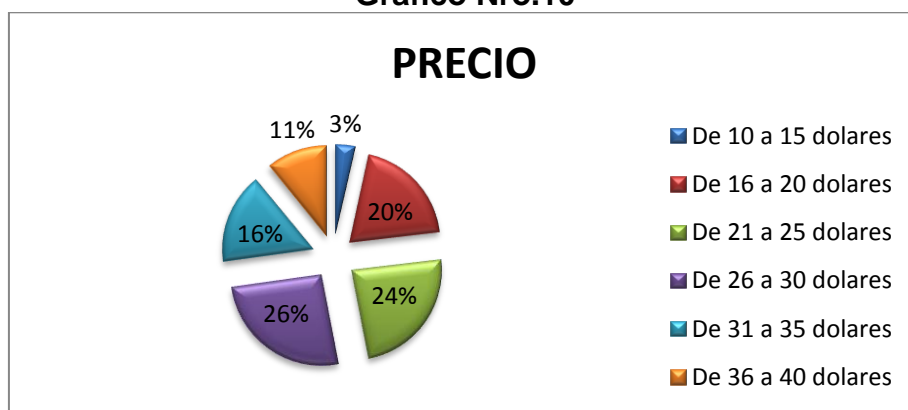
**Cuadro Nro. 7**  
**PRECIO**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 10 a 15 dólares	5	3%
De 16 a 20 dólares	29	20%
De 21 a 25 dólares	35	24%
De 26 a 30 dólares	38	26%
De 31 a 35 dólares	24	16%
De 36 a 40 dólares	16	11%
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro.10**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 3% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que pagan por un vestido casual para bebe la cantidad de 10 a 15 dólares, el 20% de las personas manifestaron que lo compran de 16 a 20 dólares cada uno, el 24% respondieron que su compra lo hacen de 21 a 25 dólares, el 26% lo compran de 26 a 30 dólares, el 16% de 31 a 35 y el 11% lo adquieren en el precio de 36 a 40 dólares cada uno de los vestidos para bebe.

## 6. ¿Qué toma en cuenta para adquirir los vestidos para bebé?

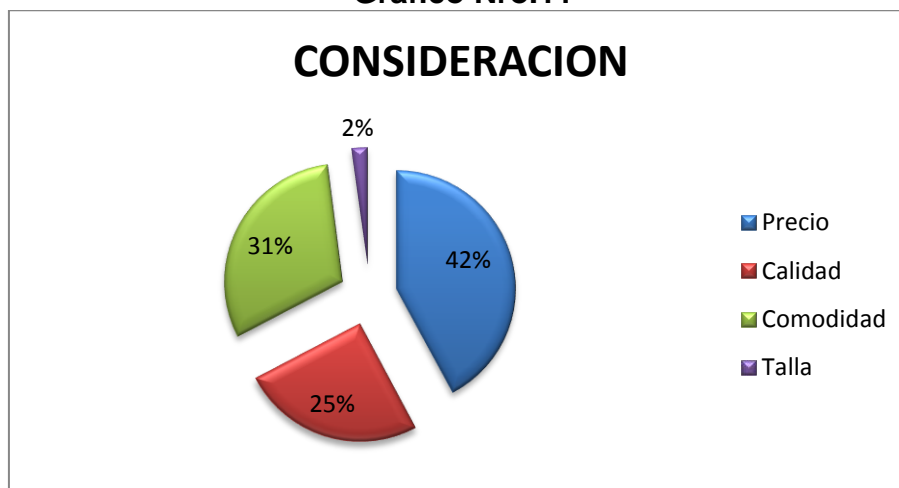
**Cuadro Nro. 8  
CONSIDERACION**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Precio	62	42%
Calidad	37	25%
Comodidad	45	31%
Talla	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro.11**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 42% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que lo que toman en cuenta al momento de adquirir un vestido casual para bebe lo hacen fijándose en el precio, el 25% de las personas lo hacen fijándose en la calidad del vestido, el 31% lo hacen fijándose en la comodidad del vestido y el 2% de estas personas lo hacen fijándose en la talla del vestido.

**7. Califique la calidad de los vestidos para bebés que usted ha adquirido.**

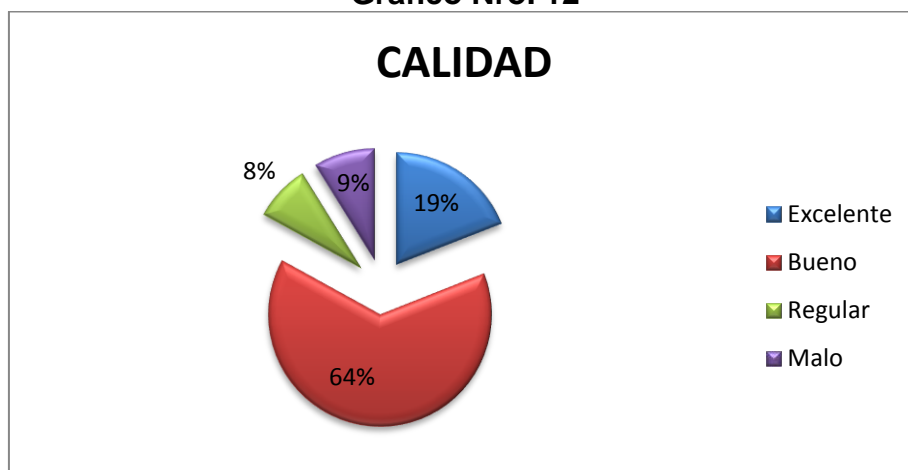
**Cuadro Nro.9  
CALIDAD**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Excelente	28	19%
Bueno	94	64%
Regular	12	8%
Malo	13	9%
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 12**



***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 19% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que la calidad de los vestidos que adquieren es excelente, el 64% de las personas manifestaron que la calidad es buena, el 8% respondieron que la calidad del vestido es regular y solo el 9% respondió que la calidad es mala.

**8. ¿En qué medios de comunicación ha visto o escuchado publicidad sobre vestidos para bebé?**

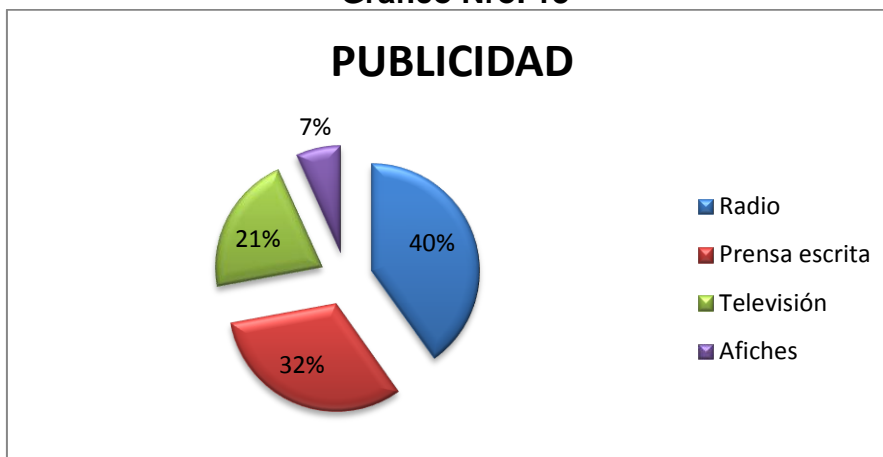
**Cuadro Nro. 10  
PUBLICIDAD**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	59	40%
Prensa escrita	47	32%
Televisión	31	21%
Afiches	10	7%
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 13**



***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 40% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que la publicidad que han visto o escuchado es el medio de comunicación de la radio, el 32% lo han hecho en la prensa escrita de la ciudad, el 21% de estas personas lo han hecho por medio de la televisión y el 7% por medio de los afiches que son entregados en las calles de la ciudad.

9. ¿Si en la ciudad de Cuenca de la Provincia del Azuay se implementara una empresa productora y comercializadora de vestidos para bebé estaría dispuesto a ser nuestro comprador?  
**DEMANDA EFECTIVA**

**Cuadro Nro. 11**  
**NUEVA EMPRESA DE VESTIDOS**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	138	94%
No	9	6%
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 14**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 94% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que en el caso de que se implementara una nueva empresa productora de vestidos casuales para bebés, estas personas si apoyarían adquiriendo este nuevo producto, mientras que solamente el 6% de estas personas dijeron que no lo harían.

### 10. ¿Que tomaría en cuenta para adquirir el nuevo producto?

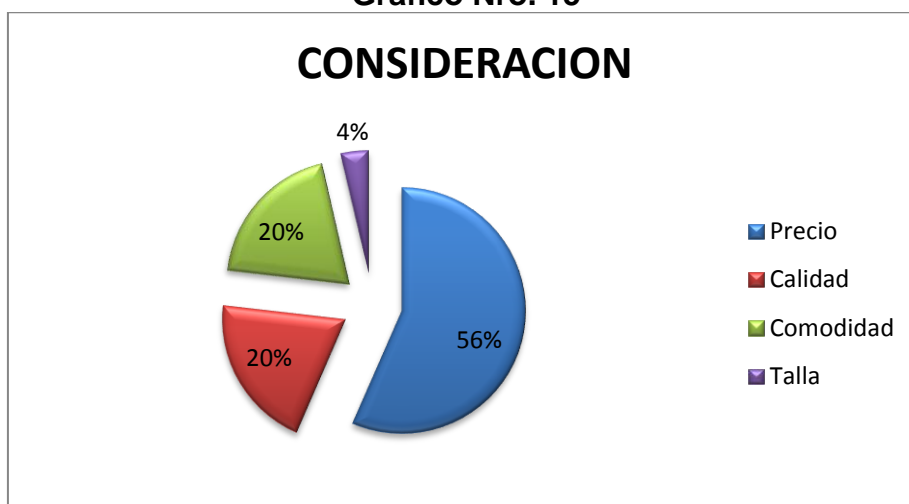
**Cuadro Nro. 12  
CONSIDERACION**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Precio	78	56%
Calidad	28	20%
Comodidad	27	20%
Talla	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 15**



#### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 56% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que lo que tomaría en cuenta en el momento de adquirir este nuevo producto lo haría fijándose en el precio del mismo, el 20% dijeron que lo harían fijándose en la calidad de vestido ofrecido, el 20% lo harían fijándose en la comodidad que tenga el vestido para su bebé y el 4% lo haría fijándose en la talla del mismo.

### 11. ¿Dónde le gustaría comprar los vestidos para bebé?

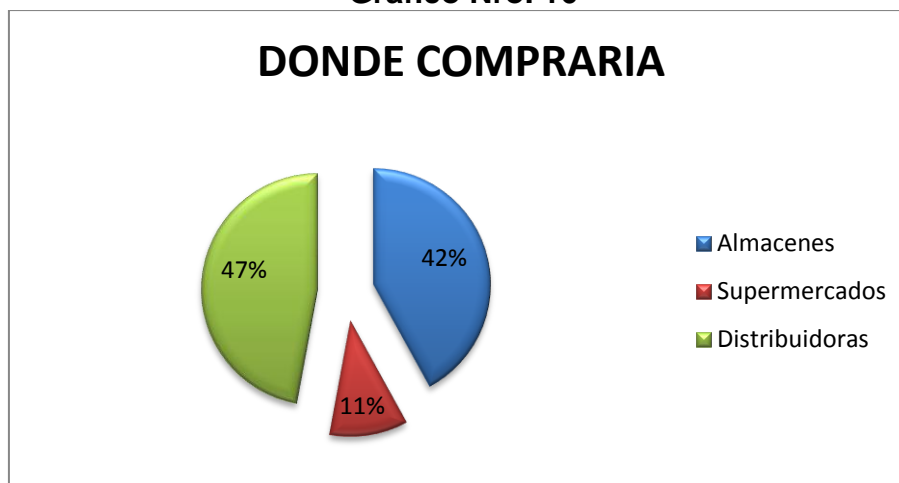
**Cuadro Nro. 13  
DONDE COMPRARIA**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Almacenes	58	42%
Supermercados	15	11%
Distribuidoras	65	47%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Gráfico Nro. 16**



#### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 42% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que les gustaría comprar los vestidos casuales para bebe en los almacenes de la ciudad, el 11% lo adquirirían en los supermercados que existen en la ciudad y e4l 47% en las distribuidoras de la ciudad.

**12. ¿En qué medios de publicidad le gustaría que se informe del producto?**

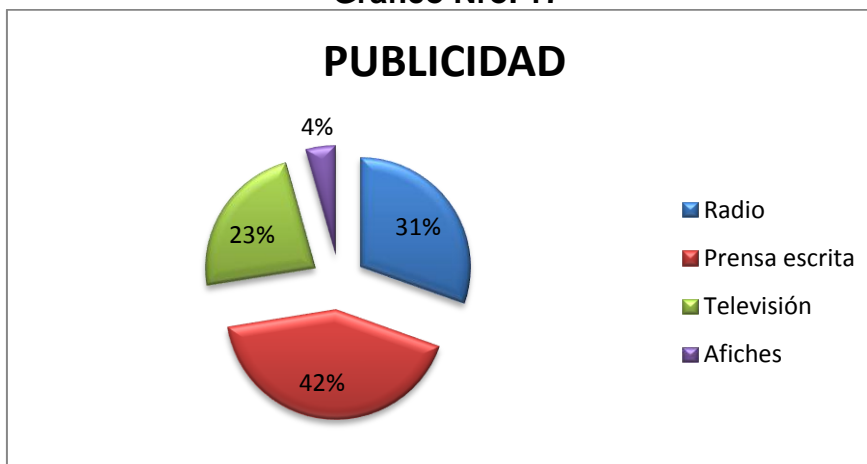
**Cuadro Nro. 14  
PUBLICIDAD**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	42	31%
Prensa escrita	58	42%
Televisión	32	23%
Afiches	6	4%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la PEA.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 17**



***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, el 31% de las personas encuestadas de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que les gustaría que la publicidad se la realice en la radio, el 42% de las personas dijeron que les gustaría que la publicidad se la realice por medio de la prensa escrita, el 23% manifestó que sería bueno que la publicidad se la realice por medio de la televisión y solo el 4% por medio de los afiches que son entregados en las calles de la ciudad.



## ENTREVISTA A OFERENTES.

### 1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

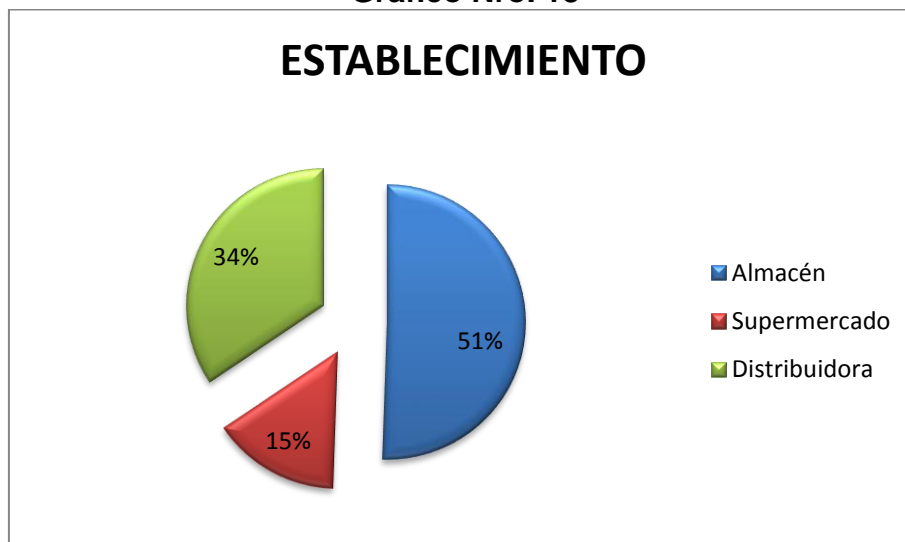
**Cuadro Nro. 15  
ESTABLECIMIENTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacén	47	51%
Supermercado	14	15%
Distribuidora	32	34%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 18**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, los 51% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que poseen almacén ubicados en diferentes lugares de la ciudad, el 15% tiene supermercados y el 34% de estos tienen distribuidoras en la ciudad.

## 2. ¿Vende en su negocio vestidos para bebé?

**Cuadro Nro. 16**  
**VENDE VESTIDOS PARA BEBE**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	86	92%
No	7	8%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 19**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, los 92% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que si venden vestidos casuales para bebés en sus establecimientos, mientras que el 8% de estos establecimientos respondieron que no lo hacen.

### 3. ¿Indique cuál es la marca de vestidos para bebé que más vende?

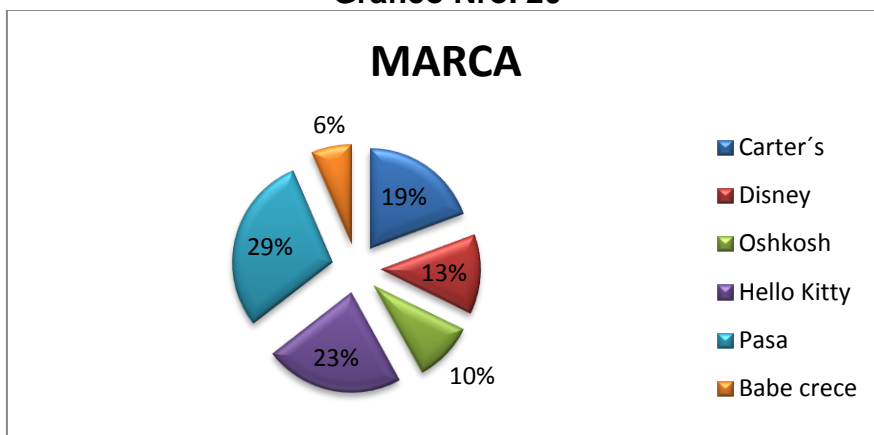
**Cuadro Nro. 17**  
**MARCA**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Carter´s	18	19%
Disney	12	13%
Oshkosh	9	10%
Hello Kitty	21	23%
Pasa	27	29%
Babe crece	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a la oferta.

**Elaboración:** La Autora.

**Gráfico Nro. 20**



#### **Interpretación de resultados**

Respondiendo la pregunta anterior, los 19% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que las marcas de vestidos casuales para bebés que se comercializan en la ciudad de Cuenca es de la marca Carter's, el 13% respondió que la marca es la Disney, el 10% de estas personas respondieron que es la marca Oshkosh, el 23% respondieron que es la marca Hello Kitty, el 29% de estas personas respondieron que es la marca Pasa y el 6% respondieron que es la marca Babe crece.

4. Califique la calidad de los vestidos para bebé que usted vende.

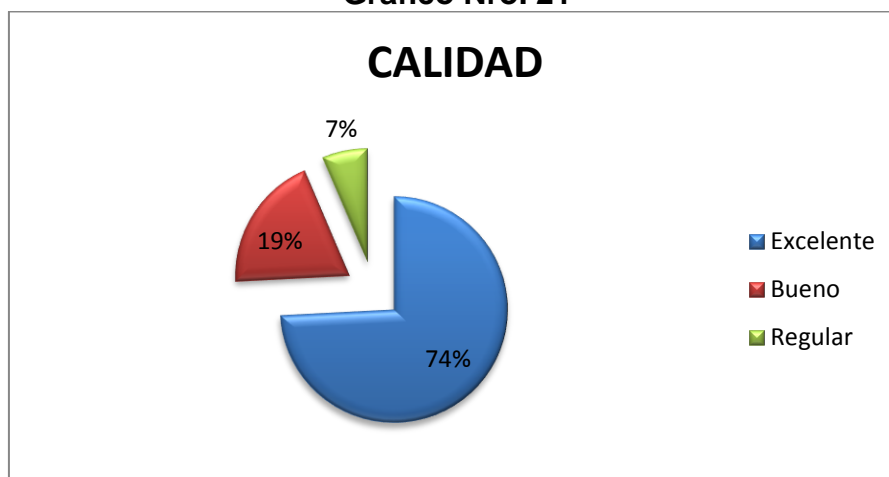
**Cuadro Nro. 18**  
**CALIDAD**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Excelente	69	74%
Bueno	18	19%
Regular	6	7%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 21**



***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, los 74% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que la calidad de los vestidos que venden es excelente, el 19% de las personas manifestaron que la calidad es buena, y el 8% respondieron que la calidad del vestido es regular.

5. ¿Qué cantidad de vestidos para bebé vende mensualmente en su negocio?

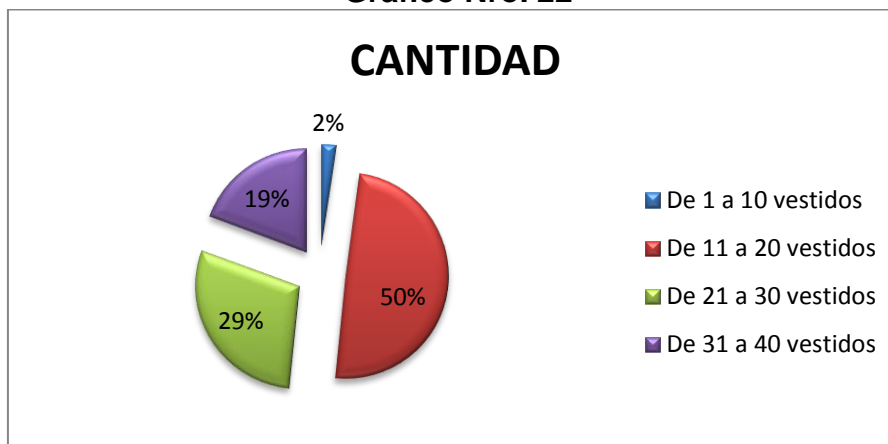
**Cuadro Nro. 19**  
**CANTIDAD**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 1 a 10 vestidos	2	2%
De 11 a 20 vestidos	46	50%
De 21 a 30 vestidos	27	29%
De 31 a 40 vestidos	18	19%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 22**



***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, los 50% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que venden de 1 a 10 vestidos mensuales en sus negocios, el 29% de estos establecimientos respondieron que venden de 11 a 20 vestidos mensualmente, el 19% dijeron que venden de 21 a 30 vestidos al mes y el 2% venden de 31 a 40 vestidos al mes.

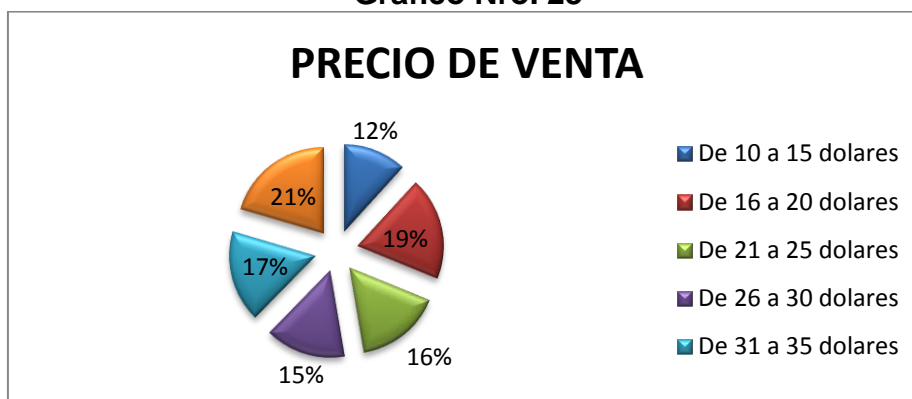
6. ¿Cuál es el precio de venta de cada vestido para bebé que usted ofrece en su negocio?

**Cuadro Nro. 20**  
**PRECIO DE VENTA**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 10 a 15 dólares	11	12%
De 16 a 20 dólares	18	19%
De 21 a 25 dólares	15	16%
De 26 a 30 dólares	14	15%
De 31 a 35 dólares	16	17%
De 36 a 40 dólares	19	21%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.  
Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 23**



**Interpretación de resultados**

Respondiendo la pregunta anterior, los 12% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que venden un vestido casual para bebe en la cantidad de 10 a 15 dólares, el 19% de las personas manifestaron que lo venden de 16 a 20 dólares cada uno, el 16% respondieron que su venta lo hacen de 21 a 25 dólares, el 15% lo venden de 26 a 30 dólares, el 17% de 31 a 35 y el 21% lo venden en el precio de 36 a 40 dólares cada uno de los vestidos para bebé.

## 7. ¿Cuál es la forma de compra que más realiza el cliente?

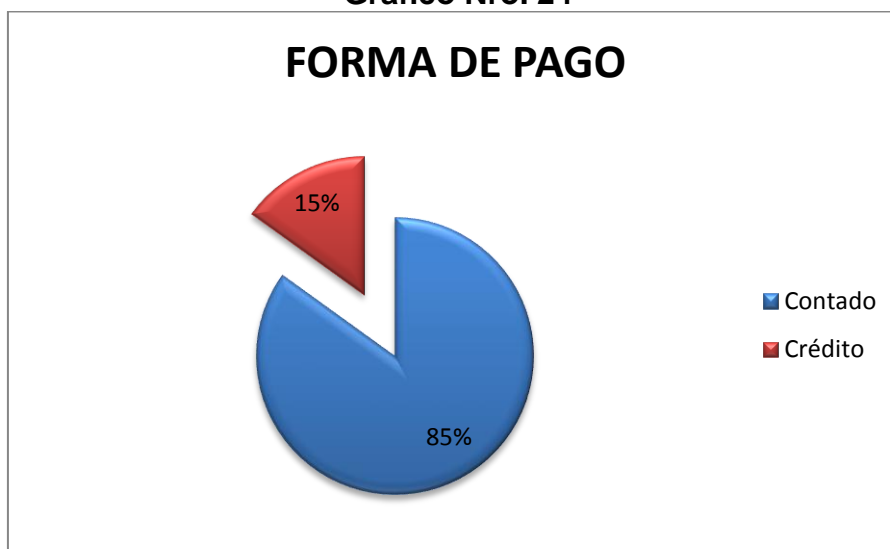
**Cuadro Nro. 21  
FORMA DE PAGO**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Contado	79	85%
Crédito	14	15%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 24**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, los 85% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que venden la venta de los vestidos casuales para bebe es de contado, mientras que el 15% de estos establecimientos lo hacen también en forma de crédito o en pagos parciales.

## 8. ¿Qué consideran sus clientes al adquirir los vestidos para bebé?

**Cuadro Nro. 22**  
**CONSIDERACION**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Precio	47	50%
Calidad	22	24%
Comodidad	15	16%
Talla	9	10%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 25**



### ***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, los 50% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que lo que toman en cuenta en el momento de adquirir este nuevo producto lo hacen fijándose en el precio del mismo, el 24% dijeron que lo hacen fijándose en la calidad de vestido ofrecido, el 16% lo hacen fijándose en la comodidad que tenga el vestido para su bebé y el 10% lo hacen fijándose en la talla del mismo.



9. ¿Por qué medio de comunicación realiza la publicidad de los vestidos para bebé?

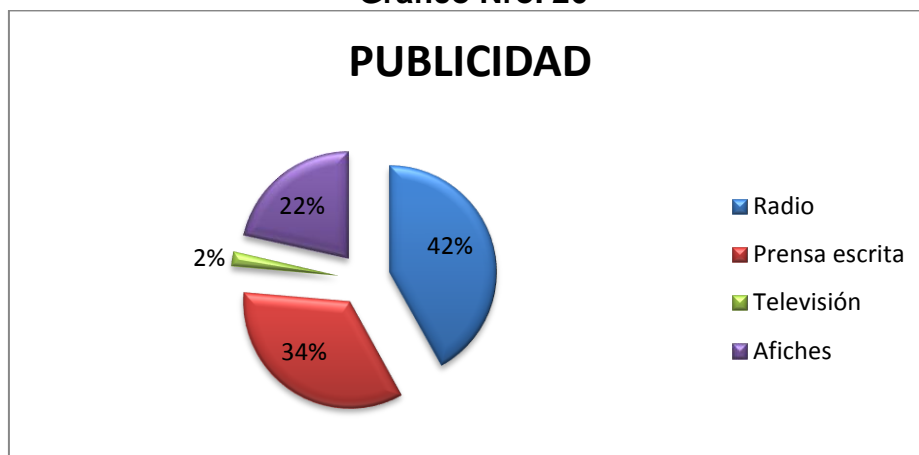
**Cuadro Nro. 23  
PUBLICIDAD**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	39	42%
Prensa escrita	32	34%
Televisión	2	2%
Afiches	20	22%
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a la oferta.

Elaboración: La Autora.

**Grafico Nro. 26**



***Interpretación de resultados***

Respondiendo la pregunta anterior, los 85% de los establecimientos encuestados de la ciudad de Cuenca supieron manifestar que realizan la publicidad en la radio, el 34% de las personas dijeron que la publicidad se la hace por medio de la prensa escrita, el 2% manifestó la publicidad se la realiza por medio de la televisión y el 22% lo hacen por medio de los afiches que son entregados en las calles.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO.**

El estudio de mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.

### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Viene a ser la cantidad de productos que los consumidores o usuarios requieren del mercado y para ello están dispuestos a pagar un precio en un lugar y tiempo determinado. Para analizar la demanda es necesario conocer cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

### **DEMANDA POTENCIAL.**

La demanda potencial es el volumen máximo de consumo que podría alcanzar un producto o servicio en un período de tiempo determinado. Es decir, se parte de la idea de que todos los compradores potenciales del producto se convirtieran en compradores reales con un consumo determinado.

Para determinar la demanda potencial se desarrolló de la siguiente manera:

Se tomó de base la PEA cuya información se proyectó para el año 2014 con una tasa de crecimiento del 1,52%, dando un total de 247.369 habitantes de la PEA.

1. Se toma de base el número de la PEA, y haciendo referencia a la interrogante número 1 en donde se pregunta sobre ¿Tiene usted bebés de sexo femenino entre 0 a 24 meses de edad?, el 47% responden afirmativamente.

**Cuadro Nro. 24**  
**DEMANDA POTENCIAL**

<b>Año</b>	<b>Población Total</b>	<b>Demanda potencial</b> 47%
2014	247.369	116.263
2015	251.129	118.031
2016	254.946	119.825
2017	258.821	121.646
2018	262.755	123.495
2019	266.748	125.372
2020	270.804	127.278
2021	274.920	129.212
2022	279.099	131.177
2023	283.341	133.170
2024	287.648	135.195

**Fuente:** INEC Tasa de crecimiento 1.52%, cuadro 1

**Elaboración:** La autora

## DEMANDA ACTUAL – REAL.

Es aquella demanda que actualmente los compradores adquieren un producto o servicio.

Para determinar la demanda real se desarrolló de la siguiente manera:

Se toma como referencia el cuadro 3 que tiene que ver con la demanda potencial, de allí se saca el 79% que son las personas que si adquieren vestidos casuales para bebé en la actualidad. Dicho porcentaje es calculado del valor anterior.

**Cuadro Nro. 25**  
**DEMANDA ACTUAL- REAL**

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b> 47%	<b>Demanda real</b> 79%
2014	116.263	91.848
2015	118.031	93.244
2016	119.825	94.661
2017	121.646	96.100
2018	123.495	97.561
2019	125.372	99.044
2020	127.278	100.550
2021	129.212	102.078
2022	131.177	103.629
2023	133.170	105.205
2024	135.195	106.804

**Fuente:** Cuadro 3

**Elaboración:** La autora

## USO PER CÁPITA.

Se obtiene el uso anual de los vestidos casuales para bebé, el cual se encuentra calculado en el cuadro 5 en donde el promedio anual de adquisición de los mismos es de 6, que se lo indica en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nro. 26**  
**USO PER CÁPITA**

¿Cuántas veces en el año adquiere vestidos para bebe?	Frecuencia	Xm	fxm
De 1 a 5 vestidos	68	3	204
De 6 a 10 vestidos	65	8	520
De 11 a 15 vestidos	12	13	156
De 16 a 20 vestidos	2	18	36
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>		<b>916</b>

Elaborado: La Autora

$$Fxm = \frac{\sum fxm}{n} = \frac{916}{147} = 6,23 \text{ veces al año.}$$

Esto es 6 veces al año.

**Cuadro Nro. 27**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL**

<b>Año</b>	<b>Demanda real</b> 79%	<b>Uso familiar anual</b>	<b>Demanda Real de vestidos para bebés</b>
2014	91.848	6	551.088
2015	93.244	6	559.464
2016	94.661	6	567.966
2017	96.100	6	576.600
2018	97.561	6	585.366
2019	99.044	6	594.264
2020	100.550	6	603.300
2021	102.078	6	612.468
2022	103.629	6	621.774
2023	105.205	6	631.230
2024	106.804	6	640.824

**Fuente:** Cuadros 10 y 25

**Elaboración:** La autora

**Cuadro Nro. 28**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA**

<b>Año</b>	<b>Demanda Real de vestidos para bebés</b>	<b>Demanda Efectiva de vestidos para bebés 94%</b>
2014	551.088	518.023
2015	559.464	525.897
2016	567.966	533.891
2017	576.600	542.005
2018	585.366	550.244
2019	594.264	558.606
2020	603.300	567.099
2021	612.468	575.719
2022	621.774	584.470
2023	631.230	593.353
2024	640.824	602.374

**Fuente:** Cuadros 26 y 27

**Elaboración:** La autora

### **DEMANDA EFECTIVA.**

Viene a ser la cantidad de bienes y servicios que son requeridos por el mercado y que estarían dispuestos a adquirírselos en la apertura de una nueva empresa. Para determinar la demanda efectiva se desarrolló de la siguiente manera: La demanda efectiva es aquella que se la obtiene de las respuestas positivas de las personas encuestadas en cuanto a la disposición de compra de un nuevo producto en este caso los vestidos casuales para bebé, que serán

fabricados por una nueva empresa. Para ello se toma el porcentaje de la demanda efectiva con un 94% que sí lo harían.

### ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Para obtener la cantidad de vestidos casuales para bebés se toma de base el cuadro 18, en donde el total de este producto que se expende en la ciudad de Cuenca es de 22 vestidos para bebés mensualmente.

Se lo resume en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nro. 29**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

¿Cuántas vestidos casuales para bebe vende al mes?	Frecuencia	Xm	fxm
De 1 a 10 vestidos	2	5.5	11
De 11 a 20 vestidos	46	15.5	713
De 21 a 30 vestidos	27	25.5	688.5
De 31 a 40 vestidos	18	35.5	639
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>		<b>2.051,5</b>

Elaborado: La Autora

$$Fxm = \frac{\sum fxm}{n} = \frac{2.051,5}{93} = 22,05 \text{ vestidos al mes}$$

Esto es 22 vestidos casuales al mes, multiplicado por 12 meses se tiene 264, esto por los 93 establecimientos que venden vestidos casuales para bebé, da un total de 24.552 vestidos al año.

Para proyectar la oferta se tomará en cuenta a la tasa anual acumulativa del 2014 del 2.04% dada por el BCE.



**Cuadro Nro. 30  
OFERTA ANUAL**

<b>Año</b>	<b>Oferta proyectada 2.04 %</b>
2014	24.552
2015	25.052
2016	25.563
2017	26.084
2018	26.616
2019	27.158
2020	27.715
2021	28.280
2022	28.857
2023	29.446
2024	30.046

Fuente: Cuadros: 27. BCE

Elaboración: La autora

### **BALANCE DEMANDA - OFERTA**

Se habla de la demanda insatisfecha, que es aquella que se produce por la diferencia en la demanda y la oferta. Para el proyecto ejecutado es la siguiente:

**Cuadro Nro. 31  
DEMANDA INSATISFECHA**

<b>Año</b>	<b>Demanda Efectiva de vestidos casuales para bebés</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2014	518.023	24.552	493.471
2015	525.897	25.052	500.845
2016	533.891	25.563	508.328
2017	542.005	26.084	515.921
2018	550.244	26.616	523.628
2019	558.606	27.158	531.448
2020	567.099	27.715	539.384
2021	575.719	28.280	547.439
2022	584.470	28.857	555.613
2023	593.353	29.446	563.907
2024	602.373	30.046	572.327

Fuente: Cuadros: 30, 31

Elaboración: La Autora.

FÓRMULA

**DEMANDA - OFERTA = DEMANDA INSATISFECHA**

**518.023– 24.552 = 493.471**

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.**

El presente Plan de Comercialización tiene como finalidad incentivar a la sociedad de la ciudad de Cuenca a adquirir vestidos para bebé, haciéndole conocer que es una idea innovadora en nuestra ciudad, que el producto que se va a ofrecer tiene la calidad suficiente y que además el precio por la adquisición del mismo está al alcance de todos.

La microempresa tendrá como nombre comercial: **MICROEMPRESA DE VESTIDOS PARA BEBE “MÓNICA VIVANCO CÍA. LTDA.”**, presta sus servicios de producción y comercialización de vestidos para bebés de 0 a 24 meses de edad de sexo femenino que se ofrecerá directamente al consumidor final.

## **PRODUCTO.**

El producto que se pretende elaborar son vestidos para bebés de 0 a 24 meses de edad de sexo femenino, es importante indicar que el producto estará sometido a un control de calidad garantizando de esta forma la fabricación de un buen producto.

Para la producción se empleará materia prima de muy buena calidad, finos acabados, variedad de colores y a precios accesibles.

Los vestidos para bebés de 0 a 24 meses de edad de sexo femenino llevarán una etiqueta en la que constará:

- \* Nombre de la empresa: **“MÓNICA VIVANCO CÍA. LTDA.”**
- \* Lugar de elaboración: Cuenca – Ecuador
- \* Dirección de Fábrica: Calle Antonio Vega Muñoz entre Juan Montalvo y Tarqui.
- \* Número de Teléfono: 0740 90181
- \* Slogan: Confort y elegancia para su bebé.

### ETIQUETA



### CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.

**Material:** Los vestidos para bebé serán confeccionados en tela de shifón estampado, sharmús, organza, algodón o satín, ideales para confeccionar vestidos en todas las épocas del año.

**Color:** Existirá a disposición una gran variedad de colores como: rosado fucsia, lila, azul, verde, negro, rojo, café y otros colores estampados dependiendo de la temporada en la que se los produzca.

## VARIEDAD DE MODELOS



## PRECIO

La microempresa para fijar los precios, lo realizará en base a los dos determinantes principales; costos de producción y la competencia, más un margen de utilidad el cual será flexible a los cambios del entorno de mercado.

## PLAZA

La ciudad de Cuenca es el lugar donde ofreceremos nuestro producto.

## CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

El canal de comercialización que utilizará la empresa es de forma directa:

Microempresa - Cliente.

### CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: La Autora

## PROMOCIÓN

En cuanto a promociones la microempresa ofrecerá descuentos en fechas especiales (Navidad y Día del Niño).

## PUBLICIDAD

Para dar a conocer y difundir la creación de la nueva empresa se pasarán spots publicitarios a través de la radio la Suprema Estación 96.1 FM, de lunes a viernes en el noticiero de la mañana, el mismo que tendrá un costo de \$134 dólares mensuales.

### SPOT PUBLICITARIO

**Ahora en Cuenca ya contamos con una microempresa que se preocupa por el buen vestir de su bebé "MONICA VIVANCO Cía. Ltda."** Pone a su disposición la fabricación y comercialización de VESTIDOS PARA SU BEBÉ, elaborados con materiales de primera calidad, variedad de colores y precios sumamente cómodos al alcance de todos.

Venga y visítenos será un placer atenderle,  
Dirección: Juan José Peña y Azuay

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El presente estudio técnico ayudará a determinar todos los requerimientos de la planta, tamaño, localización y recursos básicos del proceso de producción, considerando la información recabada en el estudio de mercado para utilizar con eficiencia los recursos que estarán disponibles para la producción de vestidos para bebé de 0 a 24 meses de edad.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

### **TAMAÑO**

Es la capacidad que tiene la empresa para producir en los cinco años de vida útil de la misma; por lo tanto, su tamaño se determina considerando los resultados del estudio de mercado y principalmente del análisis entre oferta y demanda.

### **CAPACIDAD INSTALADA**

Capacidad instalada es el volumen máximo de producción que puede alcanzar el componente tecnológico utilizando el 100% conjuntamente con el recurso humano en un periodo de tiempo determinado, la capacidad instalada está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa.

La microempresa contará con la siguiente maquinaria industrial: Tres máquinas de coser costura recta, una cortadora de tela, una máquina overlock y dos planchas industriales. La jornada laboral de trabajo será de 8 horas al 100%, y se producirá 60 vestidos para bebés de forma diaria, para lo cual se

contará con 2 costureras que trabajarán la jornada establecida, por lo tanto si se trabaja 260 días al año al 100% se producirán 15.600 vestidos para bebé.

### **Producción Anual**

Nro de vestidos para bebé producidos diariamente \* días laborables

$$\text{Producción Anual} = 60 * 260$$

$$\text{Producción Anual} = 15.600 \text{ vestidos para bebé al año}$$

$$\text{Demanda Insatisfecha} = 493.471$$

$$\text{Producción Anual} = 15.600$$

### **Capacidad Instalada**

$$CI = (PA * 100)/DI$$

$$CI = (15600 * 100)/493.471$$

$$CI = (1560000)/493.471$$

$$CI = 3.15\%$$

**Cuadro Nro. 31**  
**CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN ANUAL**

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	UNIDADES DE VESTIDOS PARA BEBE ANUAL	CAPACIDAD INSTALADA
493.471	3.15%	15.600	100%
<b>Elaboración:</b> La Autora			

La capacidad instalada de la empresa es de 15.600 vestidos para bebé de 0 a 24 meses de edad que puede llegar a producir anualmente lo cual significa que la empresa va a cubrir el 3.16% de la demanda insatisfecha.

## CAPACIDAD UTILIZADA

En todo proyecto nuevo, ésta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años debido a ciertos factores como: Inicio de las actividades empresariales, habilidad y rapidez de las operarias etc.

Es por ello que se ha decidido iniciar la operación de la empresa utilizando el 75% de la capacidad instalada para el primer año y con un incremento del 5% anual, hasta alcanzar el 95%

**Cuadro Nro. 32**  
**DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>Años</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>% Utilizado</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>
1	15.600	75%	11.700
2	15.600	75%	11.700
3	15.600	80%	12.480
4	15.600	80%	12.480
5	15.600	85%	13.260
6	15.600	85%	13.260
7	15.600	90%	14.040
8	15.600	90%	14.040
9	15.600	95%	14.820
10	15.600	95%	14.820
<b>Elaboración:</b> La Autora			



## LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

El estudio de la localización permite determinar el lugar más adecuado para el normal funcionamiento de la microempresa este aspecto se basa en la Macro-localización y Micro-localización.

### LOCALIZACIÓN

Para poder determinar la localización más adecuada de la microempresa se han analizado algunos factores que inciden directamente en la toma de decisión de la ubicación estratégica de la planta entre ellos tenemos; el mercado, disponibilidad de materia prima, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, reglamentos y normas del municipio y otros.

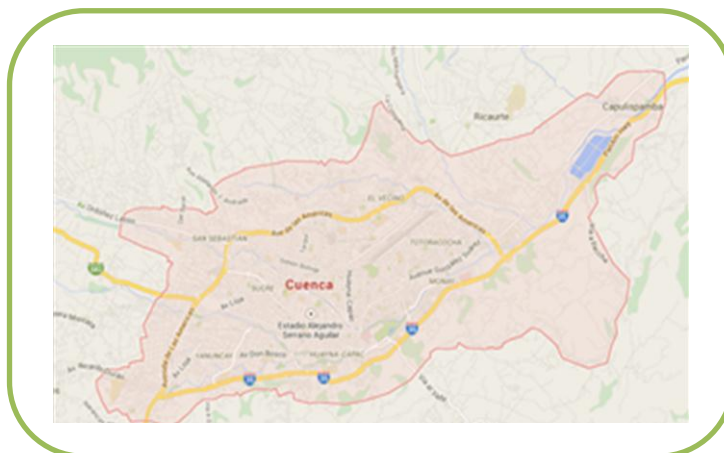
#### Macro-localización

En la Macro-localización se llega a definir la región en donde se va ubicar la microempresa la misma que estará ubicada:

- \* País: Ecuador
- \* Región: Sur
- \* Ciudad: Cuenca

#### Gráfico Nro. 24

#### MAPA DE LA CIUDAD DE CUENCA



Fuente: GADM - Cuenca

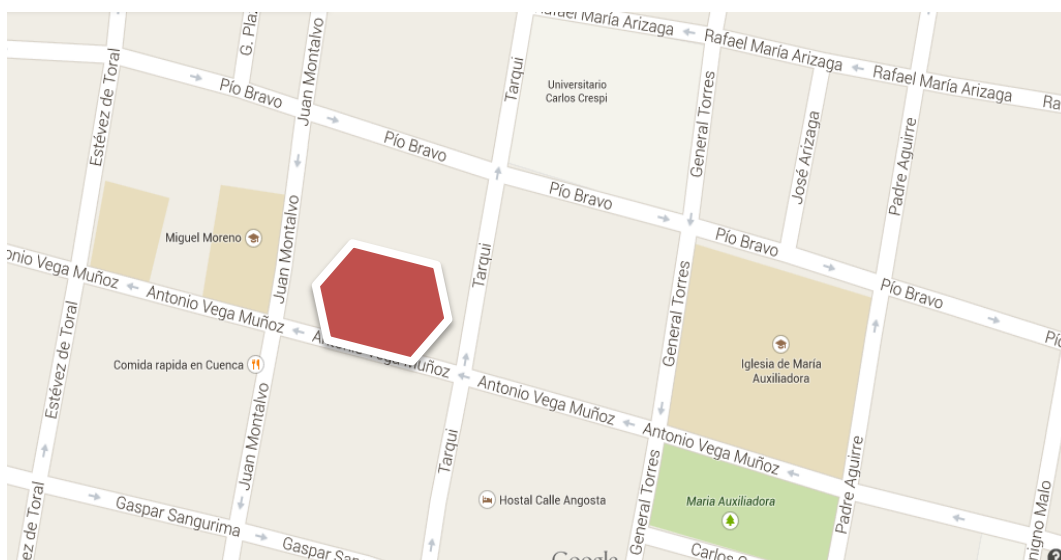
## Micro-localización

Una vez que están satisfechas las exigencias macro técnicas, se llega a determinar la micro-localización el lugar exacto donde se ubicará la microempresa se analizaron tres sectores de la ciudad de Cuenca, sector centro, norte y sur.

En este ítem se realizó la matriz de localización en la que se da un valor de 1 a 100 a cada factor, que se lo demuestra a continuación, tomando en cuenta que la suma de los factores de las localizaciones debe ser de cien por ciento (100%).

La empresa estará ubicada en la Ciudad de Cuenca, Parroquia Bellavista, Sector Centro, Calle Antonio Vega Muñoz entre Juan Montalvo y Tarqui, este lugar cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación y puesta en marcha.

### CROQUIS UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: La Autora

**MATRIZ DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**  
**Cuadro Nro. 33**

Factores de Localización	%	Localización A		Localización B		Localización C	
		PUNT.	%	PUNT.	%	PUNT.	%
Acceso al Mercado	25%	6	1.5	8	2	5	1.25
Acceso a Materias Primas	25%	4	1	9	2.25	7	1.75
Disponibilidad de Transporte	10%	7	0.7	9	0.9	6	0.60
Mano de Obra	20%	5	1	9	1.8	8	1.6
Disponibilidad Servicios Básicos	5%	4	0.20	8	0.4	8	0.4
Disponibilidad de Locales	5%	5	0.25	7	0.35	5	0.25
Costo de Locales	4%	8	0.32	8	0.32	7	0.28
Apoyo Legal (permisos)	6%	5	0.30	7	0.42	6	0.36
TOTALES	100%		5.27		8.44		6.49

**Elaboración:** La autora

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

El presente estudio tiene como finalidad el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, instalación de equipos, funcionamiento, secuencia de actividades y distribución física, para determinar el personal a utilizarse. Las fábricas textiles requieren de maquinaria industrial para la confección, se debe considerar la marca y los beneficios que estos ofrece para que la inversión sea provechosa.

## PROCESO DE PRODUCCIÓN.

En el proceso productivo se describe las actividades secuenciales, para la transformación de la materia prima en producto elaborado es decir la fabricación de vestidos para bebé.

## **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

### **1. Recepción de Materia Prima e Insumos.**

En este paso se adquiere las telas, botones, cierres e hilos a proveedores de la ciudad, las cuales se almacenan en bodega. Para posteriormente ser despachado según las necesidades de producción. Tiempo empleado 40 minutos.

### **2. Selección del Producto.**

Se selecciona los colores de las telas que se van a utilizar. Tiempo empleado 20 minutos.

### **3. Diseño y Trazado.**

Luego las telas son preparadas; esto comprende el traslado de las telas a la mesa de trabajo, para la ubicación en los moldes, y posteriormente realizar el corte de las piezas que se van a utilizar. Tiempo empleado 40 minutos.

### **4. Corte.**

En esta etapa se realiza el corte de la tela, en sus diferentes moldes para el acabado de la parte frontal, espaldar y mangas. Además se realiza el corte de bolsillos y randas, la cual se lo hace en las mesas de trabajo. Tiempo empleado 45 minutos.

### **5. Pre planchado y entretelado.**

Se plancha los cortes de las telas, las mismas que se fusiona con las demás

telas o entretelas para dar una mayor firmeza al vestido. Tiempo empleado 60 minutos.

#### **6. Ensamblado.**

Se realiza el ensamblado de las piezas de tal manera que estén listas para luego coser. Tiempo empleado 40 minutos

#### **7. Cosido.**

Damos forma al vestido para bebé y se procede al cosido del mismo. Tiempo empleado 90 minutos.

#### **8. Planchado.**

Una vez que se ha cosido el vestido, se procede a planchar. Tiempo empleado 20 minutos.

#### **9. Control de calidad.**

Se realiza el control de calidad para verificar que las medidas sean las correctas, es decir que coincidan las piezas, dar forma al vestido y continuar con el proceso. Tiempo empleado 30 minutos.

#### **10. Acabados.**

Se procede al pegado de randas, botones, cierres y al pegado de etiquetas, cortes de hilos y planchado final. Tiempo empleado 30 minutos.

#### **11. Embalaje.**

Se empaca los vestidos para bebé en su respectiva funda. Tiempo empleado 35 minutos.

## 12. Almacenamiento.

Esta es la fase final del proceso productivo, una vez terminado el producto, se almacena para luego ser entregado al cliente, el tiempo empleado para el almacenamiento es de 30 minutos.













### PROGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA FABRICACIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ.

Cuadro Nro. 34

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPOS</b>
Recepción de Materia Prima e Insumos.	40 minutos
Selección del Producto	20 minutos
Diseño y Trazado.	40 minutos
Corte.	45 minutos
Pre planchado y Entretelado.	60 minutos
Ensamblado.	40 minutos
Coser.	90 minutos
Planchar.	20 minutos
Control de calidad.	30 minutos
Acabados.	30 minutos
Embalaje.	35 minutos
Almacenamiento	30 minutos
<b>TIEMPO EMPLEADO</b>	<b>480 minutos</b>

Elaboración: La autora

**Gráfico Nro. 25**  
**FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA CONFECCION DE**  
**VESTIDOS PARA BEBE**

FACES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN INSPECCIÓN	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO ACTIVIDADES	TIEMPO (Minutos)
1					Recepción de materia prima e insumos	40 minutos
2					Selección del Producto	20 minutos
3					Diseño y Trazo	40 minutos
4					Corte	45 minutos
5					Pre planchado y entretelado	60 minutos
6					Ensamblado	40 minutos
7					Coser	90 minutos
8					Planchar	20 minutos
9					Control de Calidad	30 minutos
10					Acabados	30 minutos
11					Embalaje	35 minutos
12					Almacenamiento	30 minutos
	9	1	1	1	TOTAL.	480 minutos = 8 Horas

## **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.**

La distribución de la planta se la realizará tomando en cuenta las dimensiones y características de los equipos y herramientas que se utilizarán para la fabricación de los vestidos para bebe, como también el número de trabajadores de tal forma que el espacio físico sea el adecuado para un buen desempeño de las actividades y el uso adecuado de los recursos.

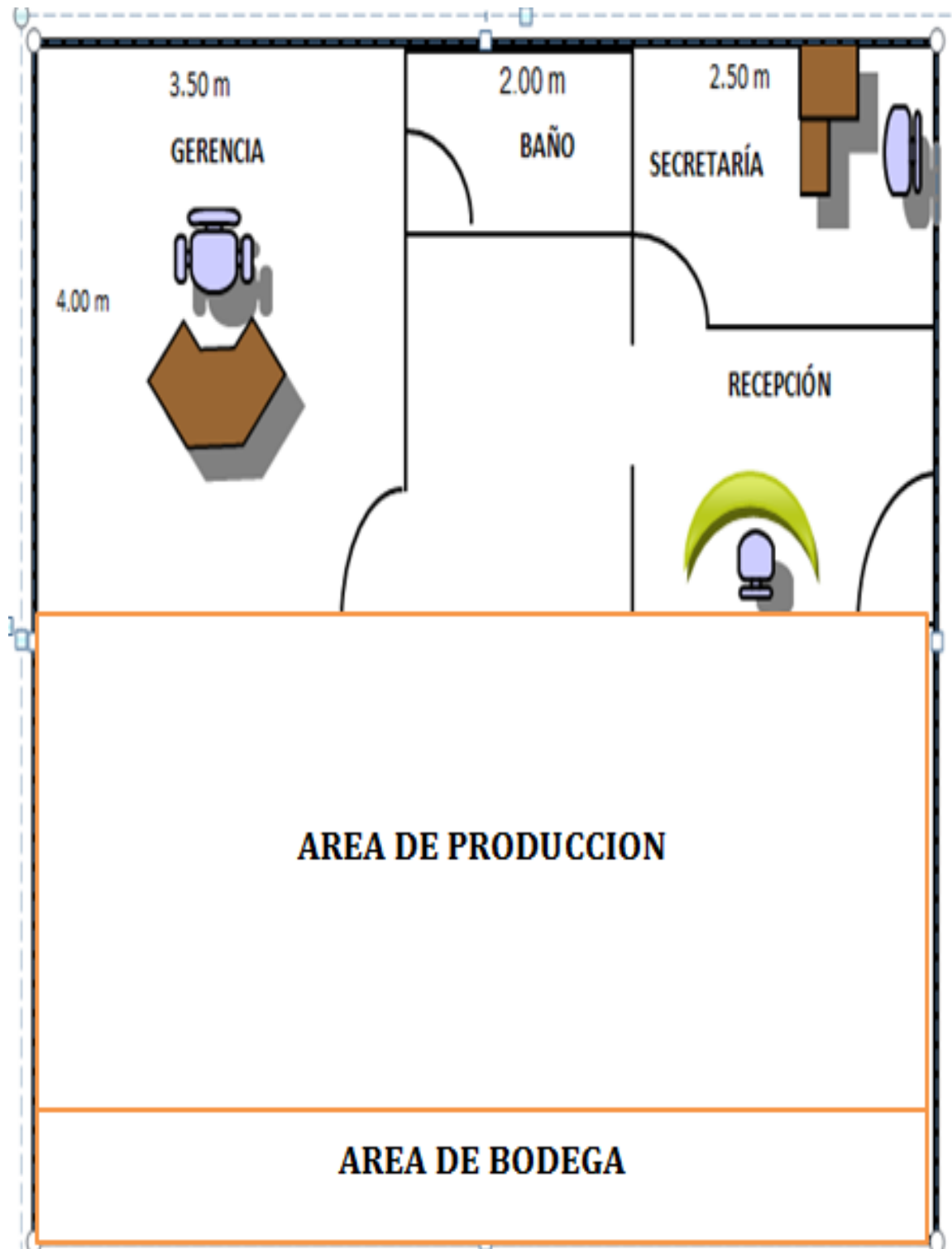
## **DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA**

La infraestructura del local que se adquirirá para la instalación de la microempresa será de 100m<sup>2</sup>, los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades empresariales.

Área de Administración	30 m <sup>2</sup>
Área de producción	60 m <sup>2</sup>
<b>Total Construcción</b>	<b>90 m<sup>2</sup></b>
<b>Total Terreno:</b>	<b>100 m<sup>2</sup></b>



Gráfico Nro. 26  
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



**REQUERIMIENTOS “MONICA VIVANCO CÍA. LTDA.”****Cuadro Nro. 35**

	<b>MAQUINARIA</b>
<b>3</b>	Maquinas industriales
1	Cortadora de tela Industrial
1	Maquina Overlock
2	Planchas Industriales
	<b>HERRAMIENTAS</b>
3	Paños de agujas de máquina
3	Tijeras manuales
	<b>MUEBLES Y ENCERES</b>
1	Mesa de trabajo
3	Sillas de Plástico
5	Perchas metálicas
	<b>EQUIPO DE OFICINA.</b>
1	Sumadora
2	Teléfonos de escritorio
1	Computadoras
1	Impresora
	<b>MUEBLES Y ENCERES ÁREA ADMINISTRATIVA</b>
2	Escritorios ejecutivos
2	Sillas giratorias
2	Archivadores de cuatro gavetas
4	Sillas de Plástico
	<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>
4	Resmas de papel Bond 75 g
2	Cajas de esferos de color negro BIC
4	Grapadoras
4	Dispensadores de cinta
2	Paquetes de Cinta transparente
2	Cajas de clips
4	Tijeras de papel
4	Perforadoras
3	Calculadoras
	<b>SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN</b>
2	Agujas de mano (caja x 24 Und.)
4	Agujas de máquina (caja x 30 Und.)
2	Tizas (caja x 48 Und.)
3	Cintas métricas
	<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>
2	Escobas
2	Galones de desinfectante
2	Recogedores de basura
2	Toallas de manos
3	Recipientes para basura
	<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>
	Agua, luz y teléfono
Elaboración: La Autora.	

## REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA MÁQUINA INDUSTRIAL DE COSTURA RECTA



La máquina está equipada con servo motor de ahorro de energía con funciones automáticas: cortahilos, colocación de agujas, levantado de pies, la programación del atraque inicial y final, tirahilos, etc.

Características:

- Velocidad de 5500 puntadas por minuto.
- Lubricación automática.
- Corte de hilo automático
- Remates o atraques Programables.
- Motor Servo electrónico.
- Código de aguja

## CORTADORA DE TELA INDUSTRIAL



CORTADORA DE TELA CON CUCHILLA RECTA DE 6" TRABAJO PESADO MODELO HE627-6 MARCA HERCULES. LUBRICACIÓN MANUAL. MOTOR DE  $\frac{3}{4}$  HP CORRIENTE MONOFASICA 110V, IDEAL PARA CORTAR TELAS MEDIANAS Y GRUESAS, PARA CORTAR VOLUMEN DE TELAS DE HASTA 4 $\frac{1}{2}$ ".

## MAQUINA OVERLOCK



### CARACTERÍSTICAS:

- velocidad máxima de coser: 1200 puntos/minuto
- espesura máxima de material:3.5mm
- largo de punto:2.5-3.5mm
- ancho de punto>3mm
- alto de pie de prestar:>3.2mm
- ruta de cuchillo:5.5mm
- tipo de aguja:#15x12 , 15x14
- peso de la cabeza :8kgs
- dimensiones:20x16.5x24.5 cms
- con motor incluido de 110v
- con luz incluida
- con pedal de aceleración
- manual en español/inglés

## PLANCHA INDUSTRIAL



Mesa de planchar de plato universal plegable, con caldera de 2 litros de acero inoxidable, aspiración, plato calentado y con plancha de mano industrial.

**CUADRO 36****REQUERIMIENTO DE PERSONAL**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>
	<b>PERSONAL</b>
1	Gerente
1	Secretaria Contadora
1	Jefe de PRODUCCIÓN
1	Asesor Jurídico Temporal
1	Vendedor
	<b>PLANTA OPERATIVA</b>
<b>2</b>	Costureras

**ESTUDIO ADMINISTRATIVO.****ESTRUCTURA LEGAL****MINUTA DE CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.****SEÑOR NOTARIO:**

En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de compañía de Responsabilidad Limitada; contenida en las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES.-** Comparecen para el efecto de la suscripción las siguientes personas: Mónica Vivanco Araujo, ecuatoriana, Rosa Araujo, ecuatoriana y Joffre Vivanco ecuatoriano, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa **“MONICA VIVANCO CIA. LTDA.”**.

## **SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD**

Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y comercialización de vestidos para bebe comprendidos entre 0 a 24 meses de edad, en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

## **TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA**

### **TITULO PRIMERO.- DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.**

**Art. 1.- (DENOMIMACIÓN).**- La empresa de Responsabilidad Limitada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se regirá de acuerdo a este estatuto se denomina **“MONICA VIVANCO CIA. LTDA.”**.

**Art. 2.- (DOMICILIO).**- La compañía tendrá su domicilio en la ciudad de Cuenca, Parroquia Bellavista, Sector Centro, Calle Antonio Vega Muñoz entre Juan Montalvo y Tarqui, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.

**Art. 3.- (OBJETO).**- El objeto de la compañía es la elaboración y comercialización de vestidos para bebe en edades comprendidas de 0 a 24 meses. Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como

socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o en el exterior; la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos importaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.

**Art. 4.- (PLAZO, DURACION).**- El plazo de duración de la sociedad será de cinco años a contarse, desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.

## **TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.**

**Art. 5.- (CAPITAL).**- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. \$ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. \$ 1,00) cada una.

**Art. 6.- (TÍTULOS DE ACCIONES).**- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por las firmas del presidente y Gerente General de la Empresa.

**Art. 7.- (DERECHOS).**- Las acciones dan derecho a voto en la junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte de las juntas, es que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.

**Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).**- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta Gerente de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

**Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).**- La responsabilidad de los socios de la Compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus acciones. Las acciones con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).**- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probará con la inscripción en el libro de acciones, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto en la ley de compañías.

**TÍTULO TERCERO.- EJERCICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCION DE UTILIDADES Y RESERVAS.**



**Art. 8.- (EJERCICIO ECONOMICO).**- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente Propietario realizará con el profesional financiero, el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios.

**Art. 9.- (UTILIDADES Y RESERVA).**- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregará el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

#### **TITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACION DE LA COMPAÑIA.**

**Art. 10.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACION).**- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y administrada por el Directorio por el

presidente y por el Gerente cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

**Art. 11.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).**- La Junta General de Accionistas es el organismo principal de la compañía, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

**Art.12.- (CONVOCATORIA).**- La convocatoria a la junta General de Accionistas la hará el presidente de la empresa mediante comunicación por medio de la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación, en el domicilio de la empresa, cuando menos con diez días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.

**Art.13.- (REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS).**- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

**Art. 14.- (QUOROM).**- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y.

en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

**Art.13.- (DE LA PRESIDENCIA).**- Presidirá la Junta General de Accionistas el presidente de la empresa, actuará como secretario el Gerente General, a falta del presidente actuará quien lo subrogue a falta del gerente , actuará como secretario la persona que designe la Junta

**Art.14.- (DEL DIRECTORIO).**- El Directorio estará integrado por el presidente de la empresa y por los vocales principales, los vocales deben ser elegidos por la Junta General de Accionistas los mismos que durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser elegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente remplazados.

**Art.12.- (CONVOCATORIA).**- La convocatoria la hará el presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación por lo menos a la fecha de sesión , el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.

**Art.14.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).**- Son atribuciones y deberes los siguientes.

**Art.14.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).**- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los

asuntos relacionados con los negocios sociales así como el desarrollo de la empresa que no se hallen atribuidos a otros órganos siendo de su competencia los siguientes.

- a) Nombrar al Gerente General,
- b) Autorizar la contratación de auditorías externas,
- c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas,
- d) Resolver el, reparto de utilidades, la formación de los fondos de reservas, administración el aumento o reducción del capital o la reforma de los estatutos,
- e) Acordar la prorroga o reducción del plazo de la compañía o su disolución anticipada,
- f) Conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa,
- g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente, miembros del Directorio,
- h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa,
- i) Autorizar al Gerente el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley,
- j) Resolver cualquier asunto a fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa
- k) Los demás que contemple la ley y estatutos.

**Art. 15.- LAS SESIONES.-** Las sesiones de la Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios. Actuará de secretario el gerente o el socio que la junta elija en cada caso.

**Art.16.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).-** La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

**Art. 12.- (DISPOSICIÓN GENERAL).-** En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva el Gerente

**Art. 13.- (AUDITORÍA).-** Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

## **TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL**

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en su totalidad. Conforme consta el certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, los accionistas aportarán de la siguiente forma la señora Mónica Vivanco Araujo con quinientas participaciones y la señora Rosa

Araujo con doscientas participaciones y el señor Joffre Vivanco con trescientas participaciones de un dólar cada una dando un total de mil participaciones de un dólar.

## **TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES.**

De conformidad al Art. 312 de la ley de compañías y el presente estatuto se designa Gerente a la Sra. Mónica Vivanco Araujo, se designa Presidenta a la Sra. Rosa Araujo. Usted señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la compañía antes nombrada. Dr. Carlos Merchán Ávila, Abogado, Matricula CAA. Hasta aquí la minuta queda elevada a calidad de escritura pública.

Dr. Carlos Merchán Ávila.

ABOGADO

## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

La microempresa "MONICA VIVANCO CIA. LTDA.". estará compuesta de los siguientes niveles jerárquicos: Nivel Legislativo, Nivel Directivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar y Nivel Operativo, con la finalidad de tener una organización equilibrada y precisa y así obtener una funcionalidad eficiente por parte de cada uno de sus integrantes.

**NIVEL LEGISLATIVO.**

Representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es legislar sobre las políticas que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc., y aspectos de mayor importancia.

**NIVEL EJECUTIVO.-** Este nivel está representado por el Gerente de la compañía de responsabilidad limitada, “MONICA VIVANCO CIA. LTDA.”.

**NIVEL ASESOR.-** Este nivel no tiene autoridad de mando lo conforma el Asesor Jurídico que la microempresa contratará en forma temporal cuya función es aconsejar, informar, preparar proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica e industrial y más áreas que tengan que ver con la empresa a la cual está asesorando.

**NIVEL AUXILIAR.-** Ayuda a los niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, se encuentra conformado por la Secretaria-contadora.

**NIVEL OPERATIVO.-** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa, dentro de este nivel está producción (obreros) y ventas.

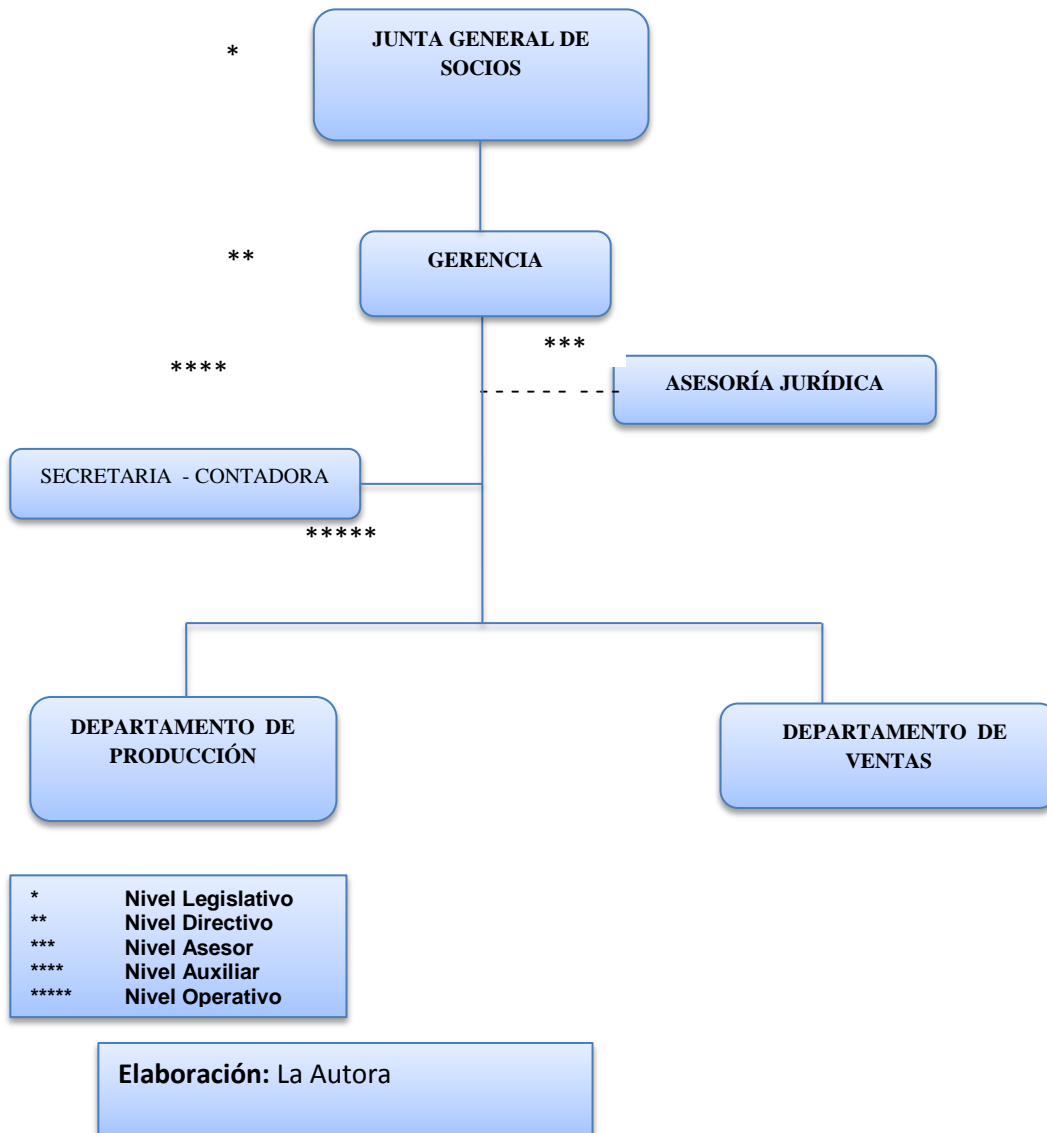
**ORGANIGRAMAS****Organigrama Estructural.**

El tipo de organigrama de la microempresa “MONICA VIVANCO CIA. LTDA.”, será el Organigrama Estructural mediante el cual se representará el esquema

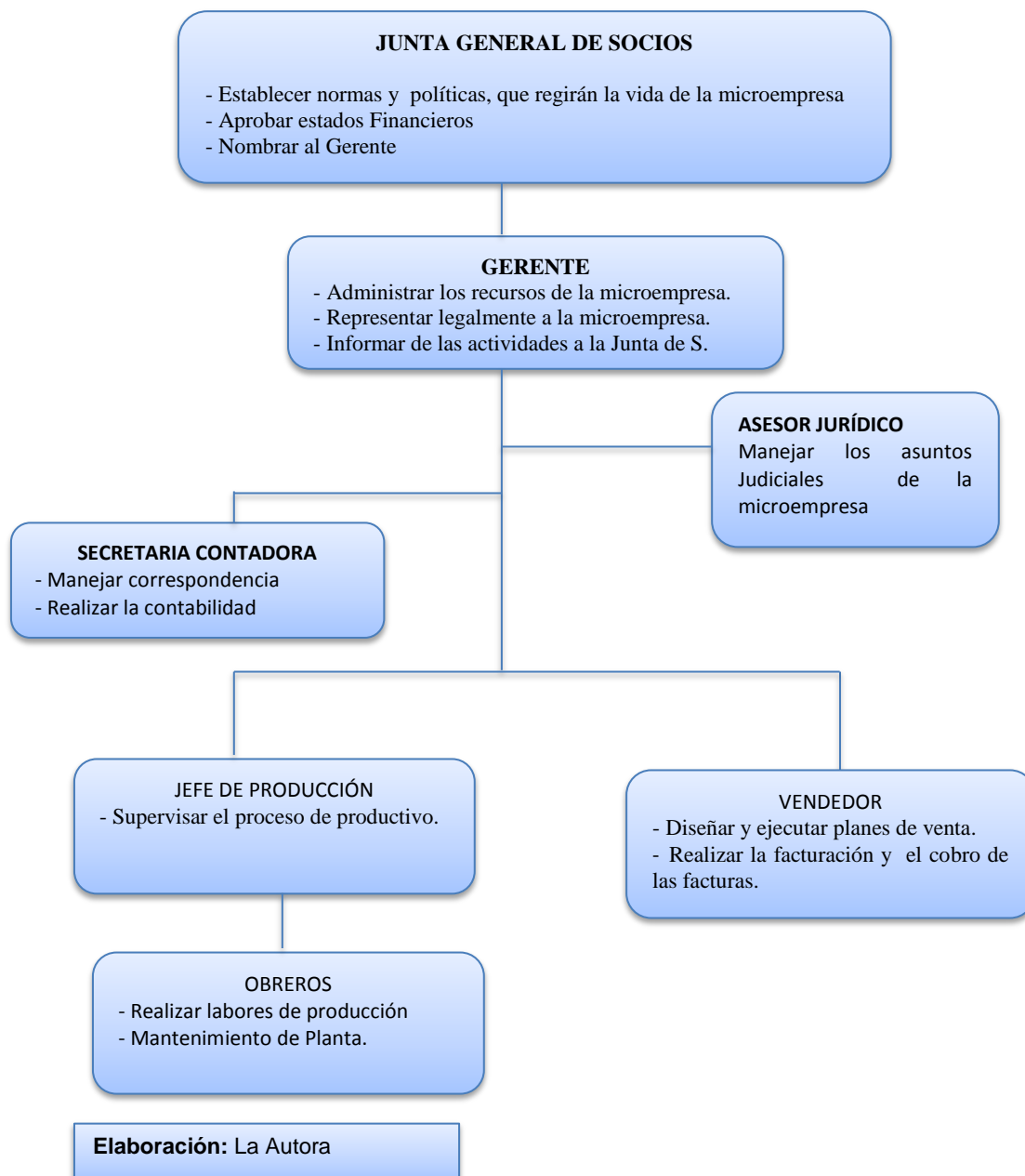
básico de la empresa permitiendo dar a conocer sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas.



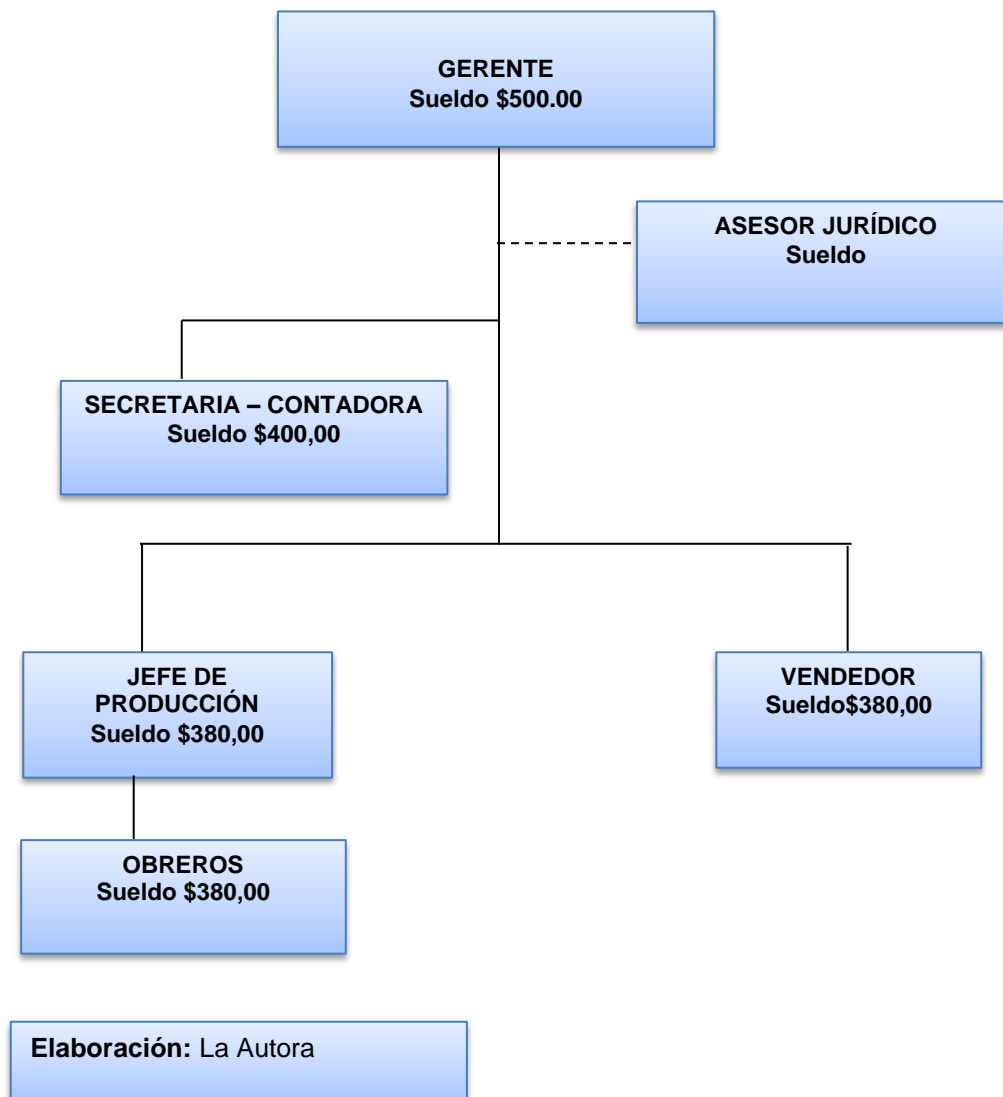
**Gráfico Nro. 27**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**  
**“MONICA VIVANCO CIA. LTDA.”**



**Gráfico Nro. 28**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**  
**“MONICA VIVANCO CIA. LTDA.”**



**Gráfico Nro. 29**  
**ORGANIGRAMA POSICIONAL**  
**“MONICA VIVANCO CIA. LTDA.”**



## MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL

<b>CÓDIGO:</b>	01
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	GERENTE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Planea, dirige y controla las actividades de la empresa, con el fin de cumplir los objetivos de la misma.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la microempresa.</li> <li>* Participar de las reuniones a las que fuere convocado.</li> <li>* Informar a la Junta de la Gestión Empresarial realizada.</li> <li>* Aprobar proyectos planteados por los Jefes Departamentales.</li> <li>* Resolver situaciones contractuales con el personal de la microempresa.</li> <li>* Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice.</li> <li>* Nombrar y controlar trabajadores.</li> <li>* Formular los reglamentos que creyere conveniente y someterlos a la aprobación de la Junta General.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Tener don de mando y liderazgo para dirigir y controlar las actividades de todo el personal de la microempresa.</li> <li>* Tener alto criterio e iniciativa para comprender políticas, presupuestos y programas con el fin de tomar decisiones trascendentales en la misma.</li> <li>* Tener discreción en el manejo de información confidencial de la empresa y de restringida circulación.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b> Título Universitario de Ingeniero Comercial	
<b>EXPERIENCIA:</b> Cuatro años en actividades afines.	

<b>CÓDIGO:</b>	02
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	ASESOR JURÍDICO
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Asesorar sobre aspectos legales que interesan a la microempresa
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	<p>Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>* Elaborar contratos de trabajo.</li><li>* Actuar como secretario en las reuniones convocadas.</li><li>* Asesorar al Gerente General en aspectos de su especialidad.</li><li>* Efectuar el seguimiento de las acciones judiciales que se tramiten en los juzgados.</li><li>* Participar de las sesiones convocadas por los directivos.</li><li>* Otras que le sean asignadas por su jefe superior.</li></ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Resuelve problemas de su trabajo.</li><li>* Es responsable por su trabajo.</li></ul>
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	<p><b>EDUCACIÓN:</b> Título Universitario, Abogado Doctor en Jurisprudencia</p> <p><b>EXPERIENCIA:</b> Tres años en actividades afines.</p>

<b>CÓDIGO:</b>	03
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	SECRETARIA – CONTADORA
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Mantener actualizado el sistema contable de la empresa, además de llevar la contabilidad básica en la misma, realizar labores de secretaría o asistencia directa al gerente de la microempresa.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar solicitudes, contratos, peticiones y demás documentos solicitados por la gerencia.</li> <li>* Elaborar los roles de pago y tramitar la documentación que corresponde al IESS.</li> <li>* Realizar la contabilidad de la microempresa.</li> <li>* Realizar las declaraciones anuales.</li> <li>* Presentar informes sobre las actividades realizadas.</li> <li>* Elaborar estados financieros correspondientes.</li> <li>* Organizar los archivos.</li> <li>* Atender la correspondencia.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables para aplicarlos en la microempresa.</li> <li>* Resuelve problemas de su trabajo y debe tener iniciativa para los asuntos contables.</li> <li>* Requiere de mediano esfuerzo mental y concentración al aplicar los registros contables.</li> <li>* Atiende funciones concernientes a su secretaria.</li> <li>* Requiere establecer buenas relaciones personales con el personal y los clientes en general.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<b>Educación:</b> Título universitario de Contador Público Autorizado	
<b>Experiencia:</b> Dos años en funciones similares.	

<b>Código:</b>	<b>04</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	Jefe de Producción
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Dirigir y organizar las labores de producción y mantenimiento de equipo de la microempresa.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Cumplir las disposiciones emanadas por sus superiores.</li> <li>* Recepar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.</li> <li>* Controlar el inventario de suministros en bodega.</li> <li>* Elaborar notas de pedido de materia prima.</li> <li>* Organizar las actividades diarias.</li> <li>* Controlar la ejecución de las tareas.</li> <li>* Realizar el control de calidad durante el proceso de producción</li> <li>* Mantener información correcta y oportuna de materiales, para evitar desabastecimiento.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	El puesto requiere un profesional con estudios superiores en carreras administrativas y tener conocimientos en diseño y elaboración de vestidos para bebe.
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Título Diseñador de Modas o Ingeniero Comercial.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Dos años en funciones similares

<b>CÓDIGO:</b>	05
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	Obreros
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.</li><li>* Efectuar las labores de costura.</li><li>* Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.</li><li>* Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.</li><li>* Informar al Jefe inmediato sobre cualquier anomalía que se presente en la planta</li><li>* Responder por la maquinaria de trabajo asignada.</li><li>* Las demás que por disposición superior le sean requeridas.</li></ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	Título en corte y confección
<b>EXPERIENCIA:</b>	Un año en puestos similares



<b>CÓDIGO:</b>	06
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	VENDEDOR
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
<p>Gestionar las ventas, procesar las facturas y realizar los cobros.  Realizar y mantener contactos, entrevistas, visitas, ofertas y negociaciones con los clientes.</p>	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar informes de las ventas del día.</li> <li>* Impulsar y vender el producto.</li> <li>* Verificar el stock del producto.</li> <li>* Colocar afiches o cualquier material publicitario para que impulse las ventas.</li> <li>* Verificar existencia en el departamento de producción para garantizar la venta.</li> <li>* Realizar la debida facturación.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Poseer facilidad de palabra y don de gente para persuadir al cliente.</li> <li>* Ser perseverante para alcanzar metas asignadas por la empresa.</li> <li>* Ser honesto y responsable para manejar facturas y cobros por ventas.</li> <li>* Responder por el cumplimiento de su trabajo.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b> Tecnólogo en Marketing y ventas	
<b>EXPERIENCIA:</b> Dos años en funciones similares.	

## ESTUDIO FINANCIERO.

### INVERSIONES.

Es importante la asignación de recursos ya sean estos propios o de terceros, a efectos de financiar la compra de bienes, buscando que la puesta en funcionamiento de la empresa permita la obtención de rendimientos futuros. Así, también se clasifican las inversiones, en: activo fijo que tiene su origen en el período de montaje, el activo diferido que es utilizado en el proceso de investigación y el activo corriente o capital de trabajo que se efectiviza en el primer período operacional de la empresa.

**Activos fijos.-** Constituyen las compras que se requieren en bienes necesarios para la implantación del proyecto; se debe aclarar que se invertirá en terreno y construcciones por cuanto el edificio en donde funcionará será propio; consecuentemente se distribuyen en:

#### Terreno.

Constituye el local propio donde funcionara la empresa.

**Cuadro Nro. 37**

DETALLE	CANTIDAD M.2	COSTO UNITARIO	TOTAL
Terreno	100	120,00	12.000,00
<b>Total</b>			<b>12.000,00</b>

FUENTE: Municipio de Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

## Edificio.

Constituye las construcciones que se realizarán en donde se colocará el área administrativa y de producción.

**Cuadro Nro. 38**

DETALLE	CANTIDAD M.2	COSTO UNITARIO	TOTAL
Construcción área de adm.	30 M.2	210,00	6.300,00
Construcción área de produc.	60 M.2	195,00	11.700,00
<b>TOTAL</b>			<b>18.000,00</b>

FUENTE: Arquitecta Alejandra Córdova.  
ELABORADO POR: La investigadora.

## Maquinaria y equipo.

Estas servirán para el desarrollo de todas las actividades de la empresa mismas que serán adquiridos en el país ya que son bienes de uso común.

**Cuadro Nro. 39**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Maquinas industriales	3	750,00	2.250,00
Cortadora de tela industrial	1	620,00	620,00
Maquina overlock	1	600,00	600,00
Plancha industrial	2	250,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.970,00</b>

FUENTE: Almacenes de la Ciudad.  
ELABORADO POR: La investigadora.

## Herramientas.

Servirán para la producción de los productos de la empresa y se los adquirirá en la ciudad.

**Cuadro Nro. 40**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Paño de agujas de maquina	20	1,00	20,00
Tijeras manuales	4	125,00	500,00
Reglas	2	13,00	26,00
Cinta métrica	5	1,50	7,50
Paño agujas de mano	10	0,50	5,00
Tizas caja	2	1,50	3,00
<b>TOTAL</b>			<b>561,50</b>

FUENTE: Almacenes de la Ciudad.

ELABORADO POR: La investigadora.

**Muebles y enseres.**

En este rubro se incluyen los muebles, enseres, que son requeridos para el funcionamiento de la empresa.

**Cuadro Nro. 41**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
<b>Área de producción</b>			
Mesa de trabajo	1	280,00	280,00
Sillas de plástico	6	5,00	30,00
Perchas metálicas	3	150,00	450,00
<b>Área administrativa</b>			
Escritorios ejecutivos	2	180,00	360,00
sillas giratorias	2	30,00	60,00
Archivadores 4 gavetas	2	180,00	360,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.540,00</b>

FUENTE: Almacenes de la Ciudad.

ELABORADO POR: La investigadora.

**Equipos de oficina.**

En este rubro se incluyen los equipos de oficina que son requeridos para el funcionamiento de la empresa.

**Cuadro Nro. 42**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Sumadora	1	30,00	30,00
Teléfono de escritorio	1	20,00	20,00
Tijeras	1	2,00	2,00
Perforadora	1	3,00	3,00
Calculadora	1	10,00	10,00
Grapadora	1	4,00	4,00
<b>TOTAL</b>			<b>69,00</b>

FUENTE: Almacenes de la Ciudad.

ELABORADO POR: La investigadora.

**Equipos de computación.**

Son requeridos para realizar las funciones que determine el software de la empresa.

**Cuadro Nro. 43**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadoras	2	850,00	1.700,00
Impresora	2	95,00	190,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.890,00</b>

FUENTE: Compucuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

**TOTAL DE ACTIVOS FIJOS.****Cuadro Nro. 44**

Terreno	12.000,00
Edificio	18.000,00
Maquinaria y equipo	3.970,00
Herramientas	561,50
Muebles y enseres	1.540,00
Equipos de oficina	69,00
Equipos de computación	1.890,00
<b>TOTAL</b>	<b>38.030,50</b>

FUENTE: Cuadros Nros. 35 al 41.

ELABORADO POR: La investigadora.

## ACTIVOS DIFERIDOS.

Comprende todos aquellos desembolsos por bienes intangibles, cuya utilidad y beneficio se supone corresponde a varios períodos y son requeridos para la puesta en marcha del proyecto, los mismos que se detallan a continuación:

**Cuadro Nro. 45**

ACTIVO DIFERIDO	
Permisos	120,00
Constitución de la compañía	300,00
Proyecto	500,00
software	600,00
<b>Total</b>	<b>1.520,00</b>

FUENTE: Investigación propia.

ELABORADO POR: La investigadora.

## ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

### Costos de producción

#### Materia prima directa.

Son los materiales y utensilios que se utilizaran en la producción de los vestidos.

**Cuadro Nro. 46**

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tela	1.400	6,00	8.400,00	100.800,00
Botones	4.000	0,05	200,00	2.400,00
Hilo	10	1,80	18,00	216,00
Cierres	900,00	0,50	450,00	5.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>9.068,00</b>	<b>108.816,00</b>

FUENTE: Almacenes de Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

### Materia prima indirecta.

Con este rubro se realizará la terminación del proceso productivo para la distribución de los vestidos a producir.

**Cuadro Nro. 47**

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTOANUAL
Fundas	1.000	0,01	10,00	120,00
Etiquetas	1.000	0,04	40,00	480,00
<b>TOTAL</b>			<b>50,00</b>	<b>600,00</b>

FUENTE: Almacenes de Cuenca.  
ELABORADO POR: La investigadora.

### Mano de obra directa.

Se toma en cuenta todo el personal que estará prestando sus servicios en todo lo que se relaciona con la producción de los vestidos, de la siguiente manera:

**Cuadro Nro. 48**

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE 11 15 %	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC.
Obreros	380	31,67	28,33	15,83	42,41	498,24	5.978,90
<b>TOTAL</b>						<b>498,24</b>	<b>5.978,90</b>
<b>TOTAL 2 OBREROS</b>						<b>996,48</b>	<b>11.957,79</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones laborales de Cuenca.  
ELABORADO POR: La investigadora.

### Mano de obra indirecta.

Se toma en cuenta al Jefe de producción que estará prestando sus servicios en todo lo que se relaciona con la producción de los vestidos, de la siguiente manera:

**Cuadro Nro. 49**

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APOORTE 11,16	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
Jefe de producción	380	31,67	28,33	15,83	42,41	1992,97	23.915,58
<b>TOTAL</b>						<b>1.992,97</b>	<b>23.915,58</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones laborales de Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

### **Energía eléctrica.**

Que por kilovatio hora de consumo según la Empresa Eléctrica Regional se estima que en el año se requiere 160 kilovatios.

**Cuadro Nro. 51**

DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Energía eléctrica	160,00	1.920,00
<b>TOTAL</b>	<b>160,00</b>	<b>1.920,00</b>

FUENTE: Empresa Eléctrica Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

### **Gastos de administración**

#### **Sueldos.**

Se toma en cuenta el personal que labora en la actividad administrativa, para la prestación de este servicio se tiene estructurado los gastos del Gerente y la Secretaria Contadora a tiempo completo, de la siguiente manera:

**Cuadro Nro. 50**

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO (1/12)	10° CUARTO SUELDO (S. UNIF)	VACACIONES  (1/24)	IESS APOORTE  11.15 %	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
Gerente	500	41,67	28,33	20,83	55,80	646,63	7.759,60
Secretaria-contadora	400	33,33	28,33	16,67	44,64	522,97	6.275,68
<b>TOTAL</b>						<b>1.169,61</b>	<b>14.035,28</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones laborales de Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.



### Servicios básicos.

Rubro que sirven para dar marcha al proyecto, que se lo detalla de la siguiente manera:

**Cuadro Nro. 52**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua	9,00	108,00
Teléfono	9,00	108,00
<b>TOTAL</b>	<b>18,00</b>	<b>216,00</b>

FUENTE: Empresa de agua potable, ETAPA.

ELABORADO POR: La investigadora.

### Suministros de oficina.

Son los gastos que se efectuarán en la compra de papel, cajas de esferos, paquete de cinta transparente, cajas de clips, etc. y que serán necesarios para cumplir con las actividades de la empresa, que estarán bajo el amparo de la empresa planteada a través del presente proyecto de inversión y que cubrirá una necesidad muy sentida en la ciudad de Cuenca.

**Cuadro Nro. 53**

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Resma de papel Bond 75 g	2,50	30,00
Caja de esferos de color negro BIC	2,50	30,00
Paquete de Cinta transparente	0,60	7,20
<b>TOTAL</b>	<b>5,60</b>	<b>67,20</b>

FUENTE: Almacenes de Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

**Gastos de venta****Sueldo vendedor.**

Este rubro servirá para pago de sueldo al vendedor que realiza todo lo relacionado a ventas y marketing.

**Cuadro Nro. 54**

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE 11.15 %	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUNERACIÓN ANUAL
Vendedor	380	31,67	28,33	15,83	42,41	498,24	5.978,90
<b>TOTAL</b>						<b>498,24</b>	<b>5.978,90</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones laborales de Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

**Publicidad y propaganda.**

Con la finalidad de hacer conocer el servicio, se implementará un plan de publicidad que consistirá en utilizar los medios de comunicación más importantes y en los horarios más convenientes, para cuyos programas se establece un costo de acuerdo a lo establecido en el siguiente cuadro y que corresponden a los precios de la ciudad de Cuenca.

**Cuadro Nro. 55**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Publicidad radial	20,00	6,70	134,00	1.608,00
<b>TOTAL</b>			<b>134,00</b>	<b>1.608,00</b>

FUENTE: Medios de comunicación de Cuenca.

ELABORADO POR: La investigadora.

## TOTAL DE ACTIVOS

**Cuadro Nro. 56**

DETALLE	COSTO TOTAL	%
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Terreno	12.000,00	
Edificio	18.000,00	
Maquinaria y equipo	3.970,00	
Herramientas	561,50	
Muebles y enseres	1.540,00	
Equipos de oficina	69,00	
Equipos de computación	1.890,00	
<b>Total</b>	<b>38.030,50</b>	<b>71,56</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
Patente	120,00	
Permisos	300,00	
Estudios	500,00	
software	600,00	
<b>Total</b>	<b>1.520,00</b>	<b>2,86</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
Materia prima directa	9.068,00	
Materia prima indirecta	50,00	
Mano de obra directa	498,24	
Mano de obra indirecta	1.992,97	
Energía eléctrica	160,00	
Sueldos administrativos	1.169,61	
Suministros de oficina	5,60	
Servicios básicos	18,00	
Sueldo vendedor	498,24	
Publicidad	134,00	
<b>TOTAL</b>	<b>13.594,65</b>	<b>25,58</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>53.145,15</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: La investigadora.

## FINANCIAMIENTO.

Cuadro Nro. 57

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		20.000,00			
1	21-feb-2015	19.755,11	200,00	244,89	444,89
2	23-mar-2015	19.507,77	197,55	247,34	444,89
3	22-abr-2015	19.257,96	195,08	249,81	444,89
4	22-may-2015	19.005,65	192,58	252,31	444,89
5	21-jun-2015	18.750,82	190,06	254,83	444,89
6	21-jul-2015	18.493,44	187,51	257,38	444,89
7	20-ago-2015	18.233,48	184,93	259,95	444,89
8	19-sep-2015	17.970,93	182,33	262,55	444,89
9	19-oct-2015	17.705,75	179,71	265,18	444,89
10	18-nov-2015	17.437,92	177,06	267,83	444,89
11	18-dic-2015	17.167,41	174,38	270,51	444,89
12	17-ene-2016	16.894,20	171,67	273,21	444,89
13	16-feb-2016	16.618,25	168,94	275,95	444,89
14	17-mar-2016	16.339,54	166,18	278,71	444,89
15	16-abr-2016	16.058,05	163,40	281,49	444,89
16	16-may-2016	15.773,74	160,58	284,31	444,89
17	15-jun-2016	15.486,59	157,74	287,15	444,89
18	15-jul-2016	15.196,56	154,87	290,02	444,89
19	14-ago-2016	14.903,64	151,97	292,92	444,89
20	13-sep-2016	14.607,79	149,04	295,85	444,89
21	13-oct-2016	14.308,98	146,08	298,81	444,89
22	12-nov-2016	14.007,18	143,09	301,80	444,89
23	12-dic-2016	13.702,36	140,07	304,82	444,89
24	11-ene-2017	13.394,50	137,02	307,87	444,89
25	10-feb-2017	13.083,55	133,94	310,94	444,89
26	12-mar-2017	12.769,50	130,84	314,05	444,89
27	11-abr-2017	12.452,31	127,69	317,19	444,89
28	11-may-2017	12.131,94	124,52	320,37	444,89
29	10-jun-2017	11.808,37	121,32	323,57	444,89
30	10-jul-2017	11.481,56	118,08	326,81	444,89
31	09-ago-2017	11.151,49	114,82	330,07	444,89
32	08-sep-2017	10.818,12	111,51	333,37	444,89
33	08-oct-2017	10.481,41	108,18	336,71	444,89
34	07-nov-2017	10.141,33	104,81	340,07	444,89
35	07-dic-2017	9.797,86	101,41	343,48	444,89
36	06-ene-2018	9.450,95	97,98	346,91	444,89
37	05-feb-2018	9.100,57	94,51	350,38	444,89
38	07-mar-2018	8.746,69	91,01	353,88	444,89
39	06-abr-2018	8.389,26	87,47	357,42	444,89
40	06-may-2018	8.028,27	83,89	361,00	444,89
41	05-jun-2018	7.663,66	80,28	364,61	444,89
42	05-jul-2018	7.295,41	76,64	368,25	444,89
43	04-ago-2018	6.923,47	72,95	371,93	444,89
44	03-sep-2018	6.547,82	69,23	375,65	444,89
45	03-oct-2018	6.168,41	65,48	379,41	444,89
46	02-nov-2018	5.785,20	61,68	383,20	444,89
47	02-dic-2018	5.398,17	57,85	387,04	444,89
48	01-ene-2019	5.007,26	53,98	390,91	444,89
49	31-ene-2019	4.612,44	50,07	394,82	444,89
50	02-mar-2019	4.213,68	46,12	398,76	444,89
51	01-abr-2019	3.810,93	42,14	402,75	444,89
52	01-may-2019	3.404,15	38,11	406,78	444,89
53	31-may-2019	2.993,30	34,04	410,85	444,89
54	30-jun-2019	2.578,34	29,93	414,96	444,89
55	30-jul-2019	2.159,24	25,78	419,11	444,89
56	29-ago-2019	1.735,94	21,59	423,30	444,89
57	28-sep-2019	1.308,41	17,36	427,53	444,89
58	28-oct-2019	880,88	13,08	431,80	444,89
59	27-nov-2019	449,08	8,81	436,08	444,89
60	27-dic-2019	13,00	4,49	440,40	444,89
			6.693,47	19.999,87	26.693,34

Fuente: Banco Nacional de Fomento

**DEPRECIACIONES.****Cuadro Nro. 58**

DETALLE	% DEPREC.	VIDA ÚTIL	VALOR	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPREC.
Dep. Edificio	5%	20	18.000,00	900,00	17.100,00	855,00
Dep. Maq. Y Equipos	10%	10	3.970,00	397,00	3.573,00	357,30
Depreciac. Herramientas	10%	3	561,50	56,15	505,35	168,45
Dep. Muebles y Enseres	10%	10	1.540,00	154,00	1.386,00	138,60
Dep. Equipos de Oficina	10%	5	69,00	6,90	62,10	12,42
Dep. Equipos de computación	33%	3	1.890,00	623,70	1.266,30	422,10
<b>TOTAL</b>				<b>2.137,75</b>	<b>23.892,75</b>	<b>1.953,87</b>

**Fuente:** Almacenes de la localidad

**Elaboración:** La Autora

## PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS.

### Cuadro Nro. 59

RUBROS/ PERIODOS	PRESUPUESTO PROFORMADO DE COSTOS Y GASTOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS PRIMOS</b>										
Materia prima directa	108.816,00	114.800,88	121.114,93	127.776,25	134.803,94	142.218,16	150.040,16	158.292,37	166.998,45	176.183,36
Materia prima indirecta	600,00	633,00	667,82	704,54	743,29	784,18	827,31	872,81	920,81	971,46
Mano de obra directa	5.978,90	6.307,74	6.654,66	7.020,67	7.406,80	7.814,18	8.243,96	8.697,38	9.175,73	9.680,40
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>										
Mano de obra indirecta	23.915,58	25.230,94	26.618,64	28.082,67	29.627,21	31.256,71	32.975,83	34.789,50	36.702,92	38.721,59
Energía eléctrica	1.920,00	2.025,60	2.137,01	2.254,54	2.378,54	2.509,36	2.647,38	2.792,98	2.946,60	3.108,66
Dep. Edificio	855,00	855,00	855,00	855,00	855,00	855,00	855,00	855,00	855,00	855,00
Dep. Maq. Y Equipos	357,30	357,30	357,30	357,30	357,30	357,30	357,30	357,30	357,30	357,30
Depreciación de herramientas	168,45	168,45	168,45	168,45	168,45					
Amortización de activo diferido	304,00	304,00	304,00	304,00	304,00	304,00	304,00	304,00	304,00	304,00
<b>Total Costo De Producción</b>	<b>142.915,23</b>	<b>150.682,91</b>	<b>158.877,81</b>	<b>167.523,42</b>	<b>176.644,55</b>	<b>186.098,89</b>	<b>196.250,93</b>	<b>206.961,34</b>	<b>218.260,81</b>	<b>230.181,76</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos administrativos	14.035,28	14.807,22	15.621,62	16.480,81	17.387,25	18.343,55	19.352,44	20.416,83	21.539,75	22.724,44
Suministros de oficina	67,20	70,90	74,80	78,91	83,25	87,83	92,66	97,75	103,13	108,80
Senicios básicos	216,00	227,88	240,41	253,64	267,59	282,30	297,83	314,21	331,49	349,72
Dep. equipos de oficina	12,42	12,42	12,42	12,42	12,42	12,42	12,42	12,42	12,42	12,42
Dep. equipos de computo	422,10	422,10	422,10							
Dep. muebles y enseres	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60
<b>Total de Gastos de Administración</b>	<b>14.891,60</b>	<b>15.679,12</b>	<b>16.509,95</b>	<b>16.964,37</b>	<b>17.889,11</b>	<b>18.864,70</b>	<b>19.893,95</b>	<b>20.979,81</b>	<b>22.125,40</b>	<b>23.333,99</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Sueldo vendedor	5.978,90	6.307,74	6.654,66	7.020,67	7.406,80	7.814,18	8.243,96	8.697,38	9.175,73	9.680,40
Publicidad	1.608,00	1.696,44	1.789,74	1.888,18	1.992,03	2.101,59	2.217,18	2.339,12	2.467,78	2.603,50
<b>Total de Gastos de Ventas</b>	<b>7.586,90</b>	<b>8.004,18</b>	<b>8.444,40</b>	<b>8.908,85</b>	<b>9.398,83</b>	<b>9.915,77</b>	<b>10.461,14</b>	<b>11.036,50</b>	<b>11.643,51</b>	<b>12.283,90</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés por préstamo	1.807,24	1.807,24	1.807,24	1.807,24	1.807,24					
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>1.807,24</b>	<b>1.807,24</b>	<b>1.807,24</b>	<b>1.807,24</b>	<b>1.807,24</b>					
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>167.200,97</b>	<b>176.173,44</b>	<b>185.639,40</b>	<b>195.203,88</b>	<b>205.739,73</b>	<b>214.879,36</b>	<b>226.606,02</b>	<b>238.977,65</b>	<b>252.029,72</b>	<b>265.799,65</b>
Imprevistos 5%	8.360,05	8.819,85	9.304,94	9.816,71	10.356,63	10.926,25	11.527,19	12.161,19	12.830,05	13.535,71
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>175.561,01</b>	<b>184.993,29</b>	<b>194.944,34</b>	<b>205.020,60</b>	<b>216.096,36</b>	<b>225.805,61</b>	<b>238.133,21</b>	<b>251.138,84</b>	<b>264.859,77</b>	<b>279.335,36</b>

## COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN.

En el cuadro siguiente se establece el costo unitario de cada vestido a producir; en donde, podemos observar la diferencia con el precio al público sostenido por la eficiencia y eficacia de la gestión administrativa que se de en el desarrollo del proyecto, obteniéndose una utilidad competitiva respecto a otros negocios similares.

**Cuadro Nro. 60**

AÑOS	COSTOS DE OPERACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	% UTILIDAD	UTILIDAD EN DÓLARES	PVP
1	175.561,01	11.700	15,01	30%	4,50	19,51
2	184.993,28	11.700	15,81	30%	4,74	20,55
3	194.944,33	12.480	15,62	30%	4,69	20,31
4	205.020,59	12.480	16,43	30%	4,93	21,36
5	216.096,36	13.260	16,30	30%	4,89	21,19
6	225.805,61	13.260	17,03	30%	5,11	22,14
7	238.133,21	14.040	16,96	30%	5,09	22,05
8	251.138,84	14.040	17,89	30%	5,37	23,25
9	264.859,77	14.820	17,87	30%	5,36	23,23
10	279.335,36	14.820	18,85	30%	5,66	24,50

## INGRESOS POR VENTAS.

**Cuadro Nro. 61**

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	PVP	INGRESOS POR VENTA
1	11.700	19,51	228.229,31
2	11.700	20,55	240.491,27
3	12.480	20,31	253.427,63
4	12.480	21,36	266.526,77
5	13.260	21,19	280.925,27
6	13.260	22,14	293.547,29
7	14.040	22,05	309.573,18
8	14.040	23,25	326.480,49
9	14.820	23,23	344.317,70
10	14.820	24,50	363.135,96

## CLASIFICACIÓN DE COSTOS

### Cuadro Nro. 62

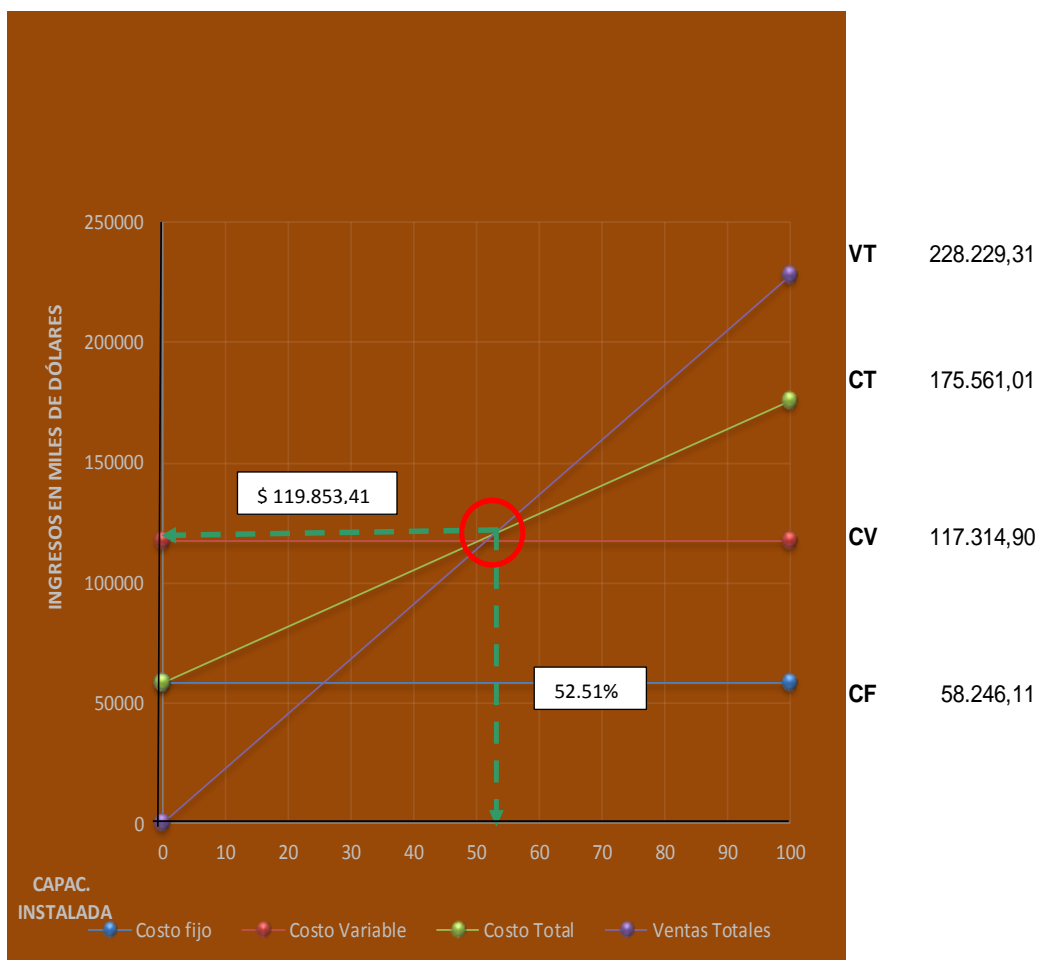
RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABLE	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
<b>COSTOS PRIMOS</b>						
Materia prima directa		108.816,00		134.803,94		176.183,36
Materia prima indirecta		600,00		743,29		971,46
Mano de obra directa		5.978,90		7.406,80		9.680,40
<b>GASTOS DE FABRIC.</b>						
Mano de obra indirecta	23.915,58		29.627,21		38.721,59	
Energía eléctrica		1.920,00		2.378,54		3.108,66
Dep. Edificio	855,00		855,00		855,00	
Dep. Maquinaria Eq	357,30		357,30		357,30	
Dep. Herramientas	168,45		168,45			
Amortizac. Activo dif.	304,00		304,00		304,00	
<b>Subtotal</b>	<b>25.600,33</b>	<b>117.314,90</b>	<b>31.311,96</b>	<b>145.332,59</b>	<b>40.237,89</b>	<b>189.943,88</b>
<b>GASTOS ADMINIST.</b>						
Sueldos personal administrativo	14.035,28		17.387,25		22.724,44	
Servicios básicos	216,00		267,59		349,72	
Suministros de oficina	67,20		83,25		108,80	
Deprec. equipos de oficina	12,42		12,42		12,42	
Deprec. de equipos computación	422,10					
Dep. de muebles y enseres	138,60		138,60		138,60	
<b>Subtotal</b>	<b>14.891,60</b>		<b>17.889,11</b>		<b>23.333,99</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
Sueldo de ventas	5.978,90		7.406,80		9.680,40	
Publicidad	1.608,00		1.992,03		2.603,50	
<b>Subtotal</b>	<b>7.586,90</b>		<b>9.398,83</b>		<b>12.283,90</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés por préstamo	1.807,24		1.807,24			
<b>Subtotal</b>	<b>1.807,24</b>		<b>1.807,24</b>			
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>49.886,07</b>		<b>60.407,14</b>		<b>75.855,77</b>	
Imprevistos 5%	8.360,05		10.356,63		13.535,71	
<b>TOTAL FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>58.246,11</b>	<b>117.314,90</b>	<b>70.763,77</b>	<b>145.332,59</b>	<b>89.391,48</b>	<b>189.943,88</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>175.561,01</b>		<b>216.096,36</b>		<b>279.335,36</b>



**PUNTO DE EQUILIBRIO.**

El punto de equilibrio (PE) o punto de nivelación económica, es donde la empresa alcanza un equilibrio sin tener ganancias ni pérdidas; es decir, los ingresos se igualan a los costos, también conocido como punto muerto, con lo que se puede saber las posibilidades de éxito que tendrá el proyecto en función a los límites de utilización de las capacidades establecidas para el mismo.

**Gráfico Nro. 30**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**  
**AÑO 1**



**Punto de equilibrio en función a:**

**- Capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{58246,11}{228229,31 - 117314,90} \times 100$$

**PE = 52,51 %**

**- Ventas**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{58246,11}{1 - \frac{117314,90}{228229,31}}$$

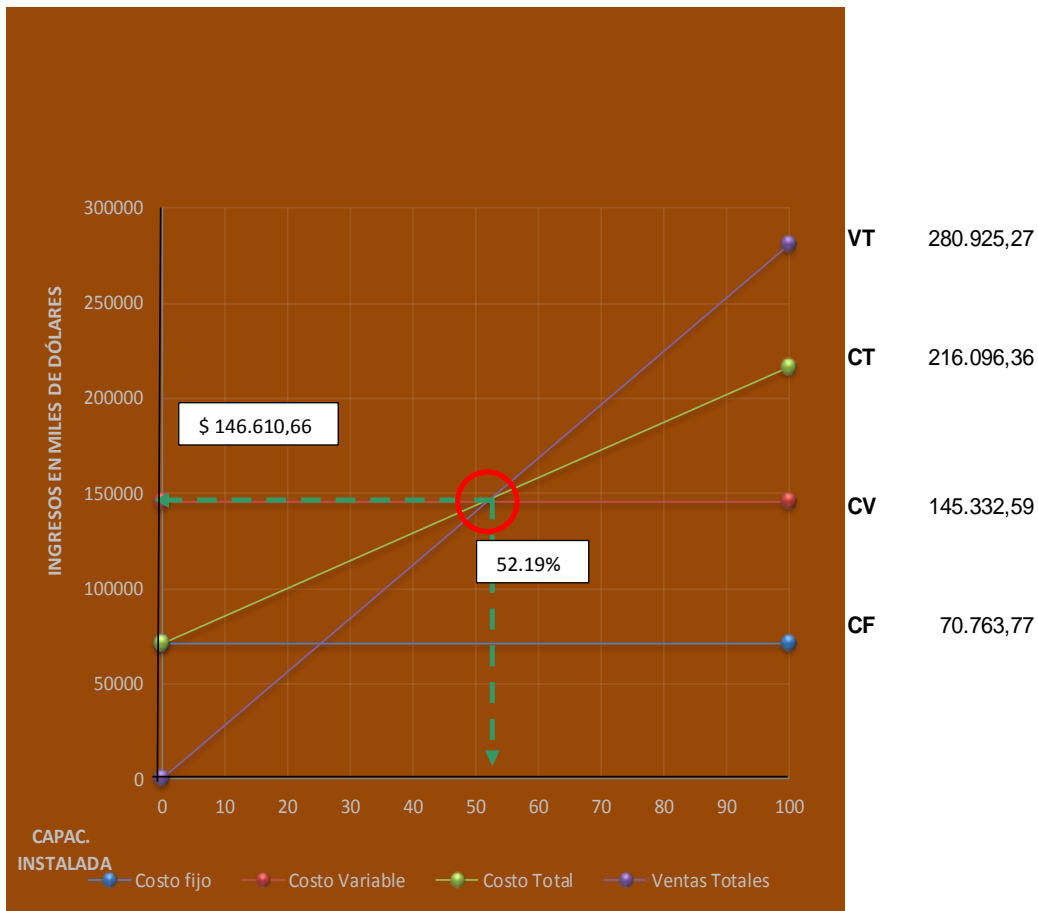
**PE = \$ 119.853,41**

La empresa en el año 1, se encuentra en un punto de equilibrio cuando tenga unas ventas del \$119.863,41 y ocupe el 52.51% de su capacidad instalada, cuando sean mayores los valores de ventas y de capacidad la empresa empieza a ganar, cuando los valores sean menores del punto de equilibrio la empresa empieza a perder.

Gráfico Nro. 31

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 5



**Punto de equilibrio en función a:**

**- Capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{70763,77}{280925,27 - 145332,59} \times 100$$

**PE = 52,19 %**

**- Ventas**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{70763,77}{1 - \frac{145332,59}{280925,27}}$$

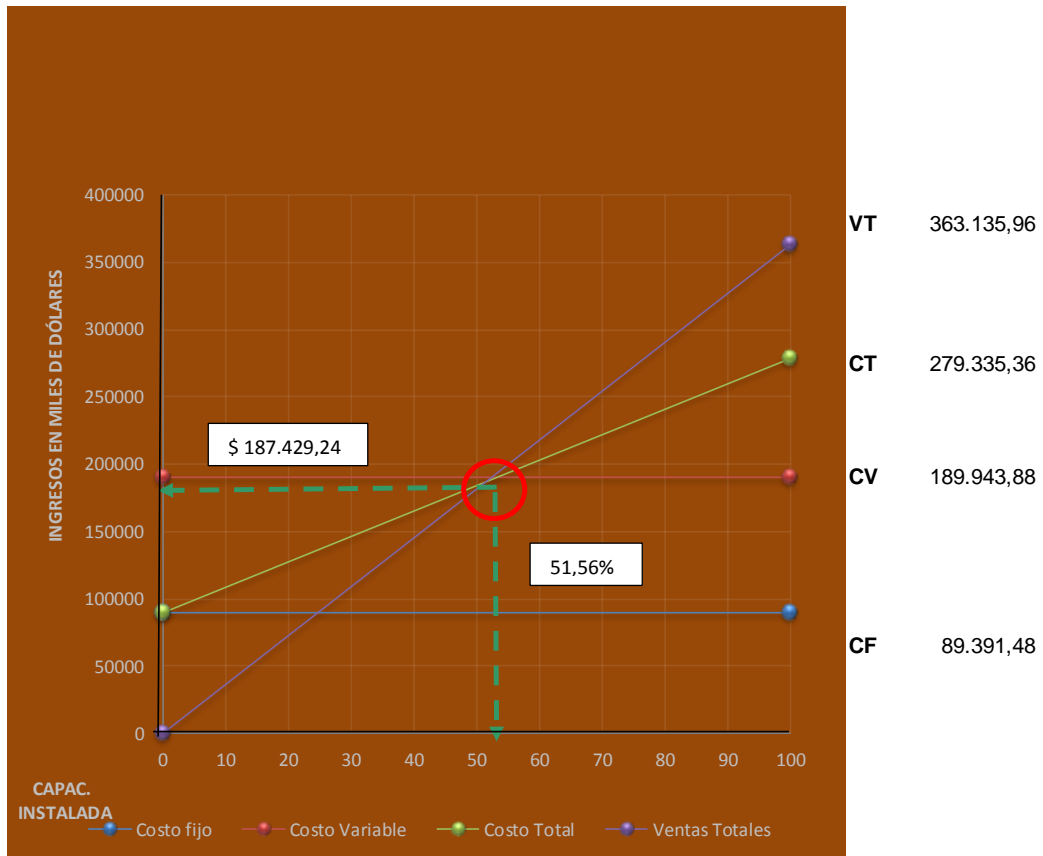
**PE = \$ 146.610,66**

La empresa en el año 5, se encuentra en un punto de equilibrio cuando tenga unas ventas del \$146.610,66 y ocupe el 52.19% de su capacidad instalada, cuando sean mayores los valores de ventas y de capacidad la empresa empieza a ganar, cuando los valores sean menores del punto de equilibrio la empresa empieza a perder.

Gráfico Nro. 32

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 10



**Punto de equilibrio en función de:****- Capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{89391,48}{363135,96 - 189943,88} \times 100$$

**PE = 51,61 %**

**- Ventas**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{89391,48}{\frac{189943,88}{363135,96}}$$

**PE = \$ 187.429,24**

La empresa en el año 10, se encuentra en un punto de equilibrio cuando tenga unas ventas del \$187.429,24 y ocupe el 51.61% de su capacidad instalada, cuando sean mayores los valores de ventas y de capacidad la empresa empieza a ganar, cuando los valores sean menores del punto de equilibrio la empresa empieza a perder.

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

De los datos obtenidos en los presupuestos tanto de ingresos como de costos y luego de establecer su diferencia se obtiene la utilidad neta para completar el estado de resultados, se toma en cuenta el 15% de distribución de utilidades entre los trabajadores y posteriormente se aplica el 25% de impuestos a la renta y el 10% de reservas legales de las sociedades. El estado de pérdidas y ganancias se lo proyecta durante la vida útil del proyecto y representan la utilidad líquida para ser distribuida. Y para proyectarlos en los diez años estipulados para la empresa, se toma las siguientes consideraciones:

**Cuadro Nro. 63**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	<b>INGRESOS</b>									
Ingresos por ventas	228.229,31	240.491,27	253.427,63	266.526,77	280.925,27	293.547,29	309.573,18	326.480,49	344.317,70	363.135,96
(-) Costo Total	175.561,01	184.993,28	194.944,33	205.020,59	216.096,36	225.805,61	238.133,21	251.138,84	264.859,77	279.335,36
(=) Utilidad Bruta en Ventas	52.668,30	55.497,99	58.483,30	61.506,18	64.828,91	67.741,68	71.439,96	75.341,65	79.457,93	83.800,61
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	7.900,25	8.324,70	8.772,50	9.225,93	9.724,34	10.161,25	10.715,99	11.301,25	11.918,69	12.570,09
(=) Utilidad antes de IR	44.768,06	47.173,29	49.710,81	52.280,25	55.104,57	57.580,43	60.723,97	64.040,40	67.539,24	71.230,52
(-) 25% Impuesto a la Renta	11.192,01	11.793,32	12.427,70	13.070,06	13.776,14	14.395,11	15.180,99	16.010,10	16.884,81	17.807,63
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL</b>	<b>33.576,04</b>	<b>35.379,97</b>	<b>37.283,10</b>	<b>39.210,19</b>	<b>41.328,43</b>	<b>43.185,32</b>	<b>45.542,98</b>	<b>48.030,30</b>	<b>50.654,43</b>	<b>53.422,89</b>
(-) 10% Reserva legal	3.357,60	3.538,00	3.728,31	3.921,02	4.132,84	4.318,53	4.554,30	4.803,03	5.065,44	5.342,29
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>30.218,44</b>	<b>31.841,97</b>	<b>33.554,79</b>	<b>35.289,17</b>	<b>37.195,59</b>	<b>38.866,79</b>	<b>40.988,68</b>	<b>43.227,27</b>	<b>45.588,99</b>	<b>48.080,60</b>

**FLUJO DE CAJA.**

Para la evaluación financiera es necesario, la estructuración del flujo de caja integrando un cuadro que contenga los ingresos y egresos efectivos que se incurren durante el horizonte del proyecto.

**Cuadro Nro. 64  
FLUJO DE CAJA**

<b>AÑOS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>INGRESOS</b>											
Ingresos por ventas		228.229,31	240.491,27	253.427,63	266.526,77	280.925,27	293.547,29	309.573,18	326.480,49	344.317,70	363.135,96
Valor Residual				679,85		6,90					551,00
Capital propio	26.145,15										
Capital ajeno	27.000,00										
<b>Total Ingresos</b>	<b>53.145,15</b>	<b>228.229,31</b>	<b>240.491,27</b>	<b>254.107,48</b>	<b>266.526,77</b>	<b>280.932,17</b>	<b>293.547,29</b>	<b>309.573,18</b>	<b>326.480,49</b>	<b>344.317,70</b>	<b>363.686,96</b>
<b>EGRESOS</b>											
Costo de Producción y operación		175.561,01	184.993,28	194.944,33	205.020,59	216.096,36	225.805,61	238.133,21	251.138,84	264.859,77	279.335,36
Activos fijos	38.030,50										
Activos diferidos	1.520,00										
Activos circulantes	13.594,65										
<b>(-) Costo Total</b>	<b>53.145,15</b>	<b>175.561,01</b>	<b>184.993,28</b>	<b>194.944,33</b>	<b>205.020,59</b>	<b>216.096,36</b>	<b>225.805,61</b>	<b>238.133,21</b>	<b>251.138,84</b>	<b>264.859,77</b>	<b>279.335,36</b>
(=) Utilidad Bruta en Ventas		52.668,30	55.497,99	59.163,15	61.506,18	64.835,81	67.741,68	71.439,96	75.341,65	79.457,93	84.351,61
(-) 15% Utilidad de Trabajadores		7.900,25	8.324,70	8.874,47	9.225,93	9.725,37	10.161,25	10.715,99	11.301,25	11.918,69	12.652,74
(=) Utilidad antes de IR.		44.768,06	47.173,29	50.288,68	52.280,25	55.110,44	57.580,43	60.723,97	64.040,40	67.539,24	71.698,87
(-) 25% Impuesto a la Renta		11.192,01	11.793,32	12.572,17	13.070,06	13.777,61	14.395,11	15.180,99	16.010,10	16.884,81	17.924,72
<b>Utilidad líquida</b>		<b>33.576,04</b>	<b>35.379,97</b>	<b>37.716,51</b>	<b>39.210,19</b>	<b>41.332,83</b>	<b>43.185,32</b>	<b>45.542,98</b>	<b>48.030,30</b>	<b>50.654,43</b>	<b>53.774,15</b>
Reinversión de activos fijos				2.451,50		69,00					
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-</b>	<b>33.576,04</b>	<b>35.379,97</b>	<b>35.265,01</b>	<b>39.210,19</b>	<b>41.263,83</b>	<b>43.185,32</b>	<b>45.542,98</b>	<b>48.030,30</b>	<b>50.654,43</b>	<b>53.774,15</b>



## **EVALUACIÓN FINANCIERA.**

El propósito de la evaluación financiera de un proyecto consiste fundamentalmente en la medición del efecto financiero de la empresa, estableciendo ingresos y egresos con relación a los precios del mercado, tomando en cuenta que se realiza particularmente para cada proyecto. La evaluación financiera evalúa la empresa en forma global; es decir, durante toda su vida útil, con lo que se puede establecer la rentabilidad que permitirá saber acerca de la conveniencia financiera del proyecto.

## **VALOR ACTUAL NETO.**

El método del valor actual neto o VAN, permite medir la rentabilidad del proyecto en términos monetarios los mismos que se obtienen después de recuperar el capital con base a los niveles de rentabilidad esperada. El VAN consiste en actualizar un valor futuro al valor actual, a través de un factor de actualización, aplicado al flujo neto de caja; es decir, señala el saldo actualizado que se obtiene luego de ejecutar el proyecto, o sea los excedentes de los beneficios. Es el resultado de la diferencia entre la suma total de los flujos actualizados y la inversión inicial que los socios realizan.

Cuadro Nro. 65

PERÍODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZ.  12,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	53.145,15		
1	33.576,04	0,8929	29.978,61
2	35.379,97	0,7972	28.204,69
3	35.265,01	0,7118	25.100,94
4	39.210,19	0,6355	24.918,78
5	41.263,83	0,5674	23.414,20
6	43.185,32	0,5066	21.879,03
7	45.542,98	0,4523	20.601,33
8	48.030,30	0,4039	19.398,63
9	50.654,43	0,3606	18.266,50
10	53.774,15	0,3220	17.313,84
			229.076,55
			53.145,15
			175.931,40

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

$$VAN = \sum SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 229.076,55 - 53.145,15$$

$$VAN = 175.931,40$$

**Análisis :** Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta  
 Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente  
 Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

## TASA INTERNA DE RETORNO.

La tasa interna de retorno conocida con la sigla TIR, es aquel indicador de la evaluación financiera, que señala la capacidad de rentabilidad que tiene el proyecto, la misma que viene expresada en porcentaje, para lo cual se utiliza una tasa de rendimiento única, dicha tasa de interés representa la mayor tasa para los inversionistas del proyecto.

**Cuadro Nro. 66**

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 67,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 68,00%	VAN MAYOR
0			- 53.145,15		- 53.145,15
1	33.576,04	0,59880	20.105,42	0,59524	19.985,74
2	35.379,97	0,35856	12.685,99	0,35431	12.535,42
3	35.265,01	0,21471	7.571,72	0,21090	7.437,31
4	39.210,19	0,12857	5.041,19	0,12553	4.922,23
5	41.263,83	0,07699	3.176,78	0,07472	3.083,35
6	43.185,32	0,04610	1.990,84	0,04448	1.920,79
7	45.542,98	0,02760	1.257,21	0,02647	1.205,75
8	48.030,30	0,01653	793,93	0,01576	756,90
9	50.654,43	0,00990	501,38	0,00938	475,15
10	53.774,15	0,00593	318,72	0,00558	300,25
			298,03		- 522,25

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

$$| \quad 67 \quad + \quad 1,00 \quad \left( \frac{298,03}{820,28} \right)$$

$$TIR = 67,36 \quad \%$$

**Análisis :** 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.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero.

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

El Beneficio Costo es otro indicador financiero recomendado en la actualidad y en proyectos de inversión privados para medir su rendimiento.

El beneficio costo permite medir cuanto se conseguiría en términos monetarios, es decir las veces por cada dólar que se ha invertido.

Para facilidad del cálculo se utiliza el siguiente cuadro y la fórmula expuesta a continuación:

**Cuadro Nro. 67**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTOS			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 12,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 12,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	175.561,01	0,89286	156.750,90	228.229,31	0,89286	203.776,17
2	184.993,28	0,79719	147.475,51	240.491,27	0,79719	191.718,17
3	194.944,33	0,71178	138.757,53	254.107,48	0,71178	180.868,69
4	205.020,59	0,63552	130.294,29	266.526,77	0,63552	169.382,58
5	216.096,36	0,56743	122.618,88	280.932,17	0,56743	159.408,46
6	225.805,61	0,50663	114.400,15	293.547,29	0,50663	148.720,19
7	238.133,21	0,45235	107.719,37	309.573,18	0,45235	140.035,18
8	251.138,84	0,40388	101.430,76	326.480,49	0,40388	131.859,99
9	264.859,77	0,36061	95.511,09	344.317,70	0,36061	124.164,42
10	279.335,36	0,32197	89.938,51	363.686,96	0,32197	117.097,47
			1.204.897,00			1.567.031,32

$$R(B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R(B/C) = \frac{1.567.031,32}{1.204.897,00}$$

$$R(B/C) = 1,30 \quad \text{Dólares}$$

**Análisis :** Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto  
 Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente  
 Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

**El proyecto nos dara una rentabilidad por cada dólar invertido de 0,30**

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

## PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

El método del período de recuperación es también recomendado en la evaluación financiera de proyectos, a través de su utilización se conoce el número de períodos que se requieren para recuperar las inversiones, por lo que de sus resultados, los inversionistas podrán tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

**Cuadro Nro. 68**

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO NETO
		DE CAJA	ACUMULADO
0	53.145,15		
1		33.576,04	
2		35.379,97	68.956,01
3		35.265,01	104.221,02
4		39.210,19	143.431,21
5		41.263,83	184.695,03
6		43.185,32	227.880,36
7		45.542,98	273.423,33
8		48.030,30	321.453,64
9		50.654,43	372.108,07
10		53.774,15	425.882,22
		<b>425.882,22</b>	

$$PRC = \frac{\text{Año anterior cubrir la inversión}}{\frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}}$$

$$PRC = 1 \frac{104221,02 - 53145,15}{35265,01}$$

$$PRC = 1,45$$

		<b>1</b>	<b>Años</b>
0,45 * 12 =	5,40	<b>6</b>	<b>Meses</b>
0,4	30	<b>12</b>	<b>Días</b>

**Análisis :** El capital se recupera en 1 años, 6 meses y 12 días

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Es otro de los métodos frecuentemente utilizados, el mismo que determina la solidez o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, evalúa los resultados al modificar una variable considerada como susceptible de cambio en el período de evaluación, tal como los incrementos en egresos y la disminución en ingresos. La interpretación que ofrece esta simulación para aceptar o no el proyecto es que cuando en el mismo afectan estas variaciones es sensible el proyecto y en caso contrario se considera que el proyecto no es sensible.

**Cuadro Nro. 69**

### Análisis de sensibilidad con incremento de costos del 19.85%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 19,85%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 40,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MAYOR
0						-( 45175,35 )		-( 53145,15 )
1	175.561,01	210.409,87	228.229,31	17819,44	0,7142857143	12728,17	0,7092198582	12637,90
2	184.993,28	221.714,45	240.491,27	18776,82	0,5102040816	9580,01	0,5029928072	9444,60
3	194.944,33	233.640,78	254.107,48	20466,70	0,3644314869	7458,71	0,3567324874	7301,14
4	205.020,59	245.717,18	266.526,77	20809,59	0,2603082049	5416,91	0,2530017641	5264,86
5	216.096,36	258.991,49	280.932,17	21940,68	0,1859344321	4079,53	0,1794338752	3936,90
6	225.805,61	270.628,02	293.547,29	22919,27	0,1328103086	3043,92	0,1272580676	2916,66
7	238.133,21	285.402,66	309.573,18	24170,52	0,0948645062	2292,92	0,0902539486	2181,48
8	251.138,84	300.989,90	326.480,49	25490,59	0,0677603615	1727,25	0,0640098926	1631,65
9	264.859,77	317.434,44	344.317,70	26883,27	0,0484002582	1301,16	0,0453970870	1220,42
10	279.335,36	334.783,42	363.686,96	28903,54	0,0345716130	999,24	0,0321965156	930,59
						3452,47		-5678,93

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 40,00 + 1,00 \left( \frac{3452,47}{9131,40} \right) = 40,38 \%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 67,36 - 40,38 = 26,99 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 26,99 / 67,36 = 40,06 \%$$

$$\text{Sensibilidad} = 40,06 / 40,38 = 0,99$$

**Análisis:** Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los c 19,85%

## Cuadro Nro. 70

## Análisis de sensibilidad con incremento de costos del 12.40%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 12,40%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 40,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MAYOR
0						-(53145,15)		-(53145,15)
1	175.561,01	228.229,31	199928,88	24367,87	0,7142857143	17405,62	0,7092198582	17282,18
2	184.993,28	240.491,27	210670,35	25677,07	0,5102040816	13100,54	0,5029928072	12915,38
3	194.944,33	254.107,48	222598,16	27653,82	0,3644314869	10077,92	0,3567324874	9865,02
4	205.020,59	266.526,77	233477,45	28456,86	0,2603082049	7407,55	0,2530017641	7199,64
5	216.096,36	280.932,17	246096,58	30000,22	0,1859344321	5578,07	0,1794338752	5383,06
6	225.805,61	293.547,29	257147,43	31341,82	0,1328103086	4162,52	0,1272580676	3988,50
7	238.133,21	309.573,18	271186,10	33052,89	0,0948645062	3135,55	0,0902539486	2983,15
8	251.138,84	326.480,49	285996,91	34858,07	0,0677603615	2362,00	0,0640098926	2231,26
9	264.859,77	344.317,70	301622,31	36762,54	0,0484002582	1779,32	0,0453970870	1668,91
10	279.335,36	363.686,96	318589,78	39254,42	0,0345716130	1357,09	0,0321965156	1263,86
						424,57		-499,89

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 40,00 + 1,00 \left( \frac{424,57}{924,45} \right) = 40,46 \%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 67,36 - 40,46 = 26,90 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 26,90 / 67,36 = 39,94 \%$$

$$\text{Sensibilidad} = 39,94 / 40,46 = 0,99$$

**Análisis:** Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 12,40%

## **h. CONCLUSIONES.**

Una vez finalizado el proceso investigativo se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- ✓ La compañía será de Responsabilidad Limitada y estará conformada por 3 socios.
- ✓ La empresa será instalada y ubicada en la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay.
- ✓ El estudio de mercado se lo realizó mediante encuestas aplicadas a PEA de la ciudad de Cuenca, determinándose una demanda insatisfecha que permite que la empresa se ponga en marcha.
- ✓ La empresa tendrá una capacidad instalada de producción y de utilización que corresponde la fabricación de las unidades.
- ✓ La estructura administrativa refleja que la empresa contará con una Asamblea General de socios, un Gerente, una secretaria contadora, un jefe de producción, un vendedor y 2 obreras.
- ✓ Para la puesta en marcha de la empresa se requiere una inversión total de 53.145,15 dólares.
- ✓ Con la aplicación de los diferentes indicadores financieros como VAN, R (B/C); PRC, TIR y Análisis de Sensibilidad con incremento de costos y disminución de los ingresos, se llegó a determinar que el proyecto es viable de realizar, por lo que se lo puede llevar a la práctica.



## **i. RECOMENDACIONES.**

El presente trabajo es factible para su puesta en marcha para lo cual se sugieren las siguientes recomendaciones

- ✓ Aprovechar los clientes de la ciudad de Cuenca, ofreciéndoles como alternativa un producto de excelente calidad y a un precio moderado al alcance de su economía.
- ✓ Al disponer de materia prima en el sector donde será ubicada la empresa, se abaratarán costos, y aportará por consiguiente al mejoramiento del nivel de vida de la comunidad.
- ✓ Se debe realizar una buena campaña publicitaria con el fin de dar a conocer el producto que ofrece la empresa y obtener aceptación en el mercado local.
- ✓ Al poner en marcha este proyecto, es importante contratar mano de obra del lugar, con el fin de ayudar al progreso de la ciudad y reducir en parte el problema del desempleo.
- ✓ Para este tipo de proyecto es necesario ofrecer al cliente productos de calidad con la finalidad de poseer liderazgo en el mercado.
- ✓ Se hace necesario para los proyectos de factibilidad que se realizan, que sean tomados en cuenta para su ejecución, logrando así beneficios para los inversionistas y la sociedad.

## j. BIBLIOGRAFIA.

- Palermo.edu/servicios\_dyc/proyectograduacion/archivos/253.pdf
- Eluniversal.com.co/cartagena/local/microempresa.
- Antecedentes.net/antecedentes-proyecto.html
- Apoyoti.com/factibilidad-de-sistemas/
- Santos Santos, Tania (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*. Recuperado de [Humed.net/ce/2008b/tss.htm](http://Humed.net/ce/2008b/tss.htm).
- García, Flor. (2006). *Guía para Elaborar Planes de Negocio*. Quito, Ecuador.
- Kotler, Philip y Lane Keller, Kevin. (2006). *Dirección de Marketing*. México. Editorial Pearson Educación.
- Acosta Tobon, Alberto. (1991). *Curso Básico de Administración de Empresas*. Editorial Norma S.A.
- <sup>1</sup> Ramírez, Elbar y Cajigas, Margot. (2004). *Proyectos de Inversión Competitivos*. Colombia. Universidad Nacional de Colombia.
- William, Mc Eachern (2003). *Microeconomía: Una introducción contemporánea*. México DF. Editorial Thomson Learning.
- García Santillán, Arturo y Vasquez Cotera, Daniel. (2006). *Proyectos de Inversión. Evaluación Integral*. México.
- Coss Bu. Raúl. (2005). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México. Editorial Limusa.
- Orozco Hernández, Carlos. (2007). *Análisis Administrativo: Técnicas y Métodos*. San José, Costa Rica. Editorial EUNED.
- Gómez Ceja, Guillermo. (1994). *Planeación Y Organización De Empresas*. México. Editorial Mc Graw Hill.

- Sapag Chain, Nassir. (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.
- Seldo, Arthur. (1995). *Diccionario de Economía*. Barcelona, España. Edit. Oikos S.A
- <sup>1</sup> (2013). Ingreso. Enciclopedia Wikipedia [versión electrónica]. Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>
- Horngren, Charles; Datar, Srikant y Foster, George. (2007). *Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial*. México. Editorial Pearson Educación.
- Córdoba Padilla, Marcial. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México. Editorial Ecoe.
- Hernández Hernández, Abraham. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Madrid, España. Editorial Thomson.

k. ANEXOS.

ANEXO 1.

FICHA RESUMEN



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

## **MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA"**

**AUTORA:**

**Mónica Tatiana Vivanco Araujo**

**DIRECTOR:**

**Ing. Carlos Rodríguez**

**Loja - Ecuador**

**2014**

**a. TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA”**

**b. PROBLEMÁTICA**

Las empresas en el Ecuador que son grandes productores pueden en base a su volumen de compra, negociar con los proveedores de materia prima, mientras que las microempresas en cambio se ven obligados a aceptar los precios impuestos por los proveedores.

Las malas condiciones por las que atraviesan las microempresas ecuatorianas sin ninguna asesoría, o que no conocen de políticas claras que permitan el progreso de la industria, inducirá a que las microempresas permanezcan limitadas y su crecimiento sea lento, afectando a la competitividad con los mercados.

El problema de las microempresas del sector textil en la producción de vestidos para bebés en la ciudad de Cuenca muestran problemas de una baja productividad estructural, que no abastecen el mercado de manera ordenada, no poseen una clara dirección y su volumen de producción obedece a requerimientos puntuales, no se hace una planificación de la producción de tal forma que en algunas épocas del año se ven abarrotadas de pedidos que no son satisfechos eficientemente y en otros periodos se ven obligadas a reducir costos o personal para poder mantenerse en el mercado.

Esto se debe a la ineficiente utilización de la capacidad instalada, falta de renovación de equipos y tecnología, problemas en el mercado como por ejemplo competencia desleal, contrabando, bajos precios, nichos de mercados poco dinámicos, etc.

Son pocas las microempresas de sector textil en la producción de vestidos para bebés en la ciudad de Cuenca que realizan un estudio que sea factible utilizando técnicas para su productividad y comercialización de sus prendas y no tienen en cuenta a sus competidores. Además existe un alto nivel de informalidad en este sector en que los trabajadores son carentes de los beneficios de ley como consecuencia de la informalidad, poseen poca estabilidad, trabajan aisladamente, realizan trabajos parciales para los grandes productores; en consecuencia existen en la ciudad de Cuenca muchos obreros suficientemente capacitados que pasan desempleados.

En la ciudad de Cuenca, el subsector de la confección de ropa para bebé presenta como principal problema que aquellas empresas pequeñas y medianas dedicadas a esta actividad no realizan un estudio de mercado y técnico que permita una mejor guía al momento de establecerse y poner en funcionamiento sus actividades dirigidas a conseguir una producción eficiente y de calidad y que sobre todo cumpla con los estándares de adquisición de los productos por parte de los clientes.

Por lo antes expuesto se plantea como problema de la investigación:

**La falta de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción de vestidos para bebé y su comercialización en la ciudad de Cuenca, ha impedido determinar sus estudios de mercado, técnico, organizativo y económico financiero, que minimice el riesgo de poner en marcha este proyecto empresarial.**

## **c. JUSTIFICACIÓN**

### **Justificación Académica**

La Universidad Nacional de Loja prepara en forma técnica y científica a sus estudiantes y futuros profesionales, fomentando el desarrollo de la creatividad, habilidades y destrezas, mediante la aplicación de procesos investigativos prácticos, vinculados con los problemas de la realidad social, factores que contribuyen y permiten al futuro profesional un alto desenvolvimiento de manera eficaz y eficiente en el campo empresarial para su buen desarrollo profesional y laboral.

Este proyecto se realizará con la finalidad de cumplir con un requisito más de lo propuesto por la Universidad Nacional de Loja, para la obtención del título de Ingeniera Comercial, así mismo el contenido de los estudios realizados en el Modulo X de la Carrera de Administración de Empresas, servirá como fuente de consulta a otros investigadores.

### **Justificación Económica**

Actualmente el Ecuador viene atravesando un periodo de recuperación económica que se produce luego de una severa crisis económica en años anteriores, que provocaron la escasez de fuentes de empleo, etc.; por lo que necesita promover y despertar el espíritu y los valores empresariales, impulsando el trabajo en todas las actividades que sean posibles, para de esta manera cada ecuatoriano con visión emprendedora propicie el crecimiento económico de nuestro país que tanto lo necesita. Dando cabida a la propuesta de factibilidad antes descrita, la misma que pretende ser generadora de cambios positivos en las personas que puedan beneficiarse con la ejecución de este proyecto en la ciudad de Cuenca. Esto es, al inversionista y todas las personas que

participen en la puesta en marcha del mismo, que sin lugar a dudas va a permitir el mejoramiento de sus economías.

### **Justificación Social**

Con la puesta en marcha de este proyecto se estará contribuyendo socialmente, ya que de alguna manera se ayudará al crecimiento empresarial de la ciudad de Cuenca, creando fuentes de trabajo para aprovechar la mano de obra existente y ofreciendo un producto de calidad y precio accesible.

### **Justificación Política**

Con los conceptos políticos que actualmente tiene el Ecuador permite una mejor convivencia total y la ponderación o consideración de ser diferente y de tener una conducta que de otra forma sería punible cuando el estado da una solución a las necesidades de poner en marcha proyectos de factibilidad y generar empleos a nivel de país, además la política es clara en que la constitución de la república es rígida y permanece en los ciudadanos.

## **d. OBJETIVOS**

### **Objetivo General:**

**DETERMINAR LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA.**



**Objetivos Específicos:**

- Elaborar un estudio de mercado cuyos instrumentos de investigación permitan determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha; así como, establecer un plan de comercialización.
- Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, la localización e ingeniería del proyecto.
- Definir la estructura orgánica y administrativa del proyecto, considerando aspectos legales ajustados a la naturaleza y tipo de empresa, así como la determinación de los recursos humanos adecuados.
- Realizar el estudio económico que permita definir los presupuestos, la inversión total del proyecto, las fuentes de financiamiento, el presupuesto de costos e ingresos, el punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias,
- Realizar la evaluación financiera del proyecto en base a criterios de evaluación como VAN, TIR, RB/C, PRC y ANSENS que permitan establecer si el proyecto es financieramente factible de ejecutarse o no.

**ANEXO 2.****ENCUESTAS.****UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA****MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA****CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como estudiante de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VESTIDOS PARA BEBÉ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA"** para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

**1.- ¿Tiene usted bebés de sexo femenino entre 0 a 24 meses de edad?**

Si ( )

No ( )

**2.- ¿Adquiere usted vestidos casuales para bebé?**

Si ( )

No ( )

**3.- ¿Conoce usted cuáles son las marcas de vestidos casuales para bebé que se comercializan en la ciudad de Cuenca?**

Carter's ( )

Disney. ( )

Oshkosh. ( )

Hello Kitty ( )

Pasa ( )

Bebe crece ( )

**4.- ¿Cuántos vestidos casuales para bebé adquiere anualmente?**

De 1 a 5 vestidos ( )

De 6 a 10 vestidos ( )

De 11 a 15 vestidos ( )

De 16 a 20 vestidos ( )

**5.- ¿Qué precio paga usted por cada vestido casual para bebé?**

De entre 10 a 15 dólares ( )

De entre 16 a 20 dólares ( )

De entre 21 a 25 dólares. ( )

De entre 26 a 30 dólares. ( )

De entre 31 a 35 dólares. ( )

De entre 36 a 40 dólares. ( )

**6.- ¿Que toma en cuenta para adquirir los vestidos casuales para bebé?**

Precio ( )

Calidad ( )

Comodidad ( )

Talla ( )

**7.- ¿Califique la calidad de los vestidos casuales para bebés que usted ha adquirido?**

Excelente ( )

Bueno ( )

Regular ( )

Malo ( )

**8.- ¿En qué medios de comunicación ha visto o escuchado sobre publicidad de los vestidos casuales para bebé?**

Radio. ( )

Prensa Escrita. ( )

Televisión. ( )

Afiches. ( )

**9.- ¿Si en la ciudad de Cuenca de la Provincia del Azuay se implementara una empresa productora y comercializadora de vestidos casuales para bebé estaría dispuesto a ser nuestro comprador?**

Si ( )

No ( )

**10.- ¿Que tomaría en cuenta para adquirir el nuevo producto?**

Precio ( )

Calidad ( )

Comodidad ( )

Talla ( )

**11.- ¿Dónde le gustaría comprar los vestidos casuales para bebé?**

Almacenes. ( )

Supermercados. ( )

Distribuidoras. ( )

**12.- ¿En qué medios de publicidad le gustaría que se informe del producto?**

Radio. ( )

Prensa Escrita. ( )

Televisión. ( )

Afiches. ( )

**ANEXO 3.****ENTREVISTA A OFERENTES.****1.- ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?**

Almacén ( )

Supermercado ( )

Distribuidora ( )

**2.- ¿Vende en su negocio vestidos casuales para bebé?**

Si ( )

No ( )

**3.- ¿Indique cuál es la marca de vestidos casuales para bebé que más vende?**

Carter's ( )

Disney. ( )

Oshkosh. ( )

Hello Kitty ( )

Pasa ( )

Bebe crece ( )

**4.- ¿Califique la calidad de los vestidos casuales para bebés que usted vende?**

Excelente ( )

Bueno ( )

Regular ( )

**5.- ¿Qué cantidad de vestidos casuales para bebé vende mensualmente en su negocio?**

De 1 a 10 vestidos (      )

De 11 a 20 vestidos (      )

De 21 a 30 vestidos (      )

De 31 a 40 vestidos (      )

**6.- ¿Cuál es el precio de venta de cada vestido casual para bebé que usted ofrece en su negocio?**

De entre 10 a 15 dólares (      )

De entre 16 a 20 dólares (      )

De entre 21 a 25 dólares. (      )

De entre 26 a 30 dólares. (      )

De entre 31 a 35 dólares. (      )

De entre 36 a 40 dólares. (      )

**7.- ¿Cuál es la forma de compra que más realiza el cliente?**

Contado (      )

Crédito (      )

**8.- ¿Que consideran sus clientes al adquirir los vestidos casuales para bebé?**

Precio ( )

Calidad ( )

Comodidad ( )

Talla ( )

**9.- ¿Por qué medio de comunicación realiza la publicidad de los vestidos casuales para bebé?**

Radio. ( )

Prensa Escrita. ( )

Televisión. ( )

Afiches. ( )



**ÍNDICE**

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	34
f. RESULTADOS	39
g. DISCUSIÓN	60
h. CONCLUSIONES	137
i. RECOMENDACIONES	138
j. BIBLIOGRAFÍA	139
k. ANEXOS	141
INDICE	154