



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR**  
**Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE GRADO**

**Tema**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JEANS  
REVERSIBLES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO  
ANTE PROVINCIA DE IMBABURA”.

**Previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad  
Superior y Auditoría CPA**

**Autor: Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo**

**Director Encargado: Dr. Benito Scacco**

**Ibarra Diciembre 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

Antonio Ante es uno de los centros turísticos más atractivos de Imbabura, está constituido en su mayoría por una gran cantidad de empresas textiles, que permite a los visitantes locales, nacionales y extranjeros encontrar una variada cantidad de prendas de vestir. Entre sus principales atractivos y fortalezas encontramos la industria textil, la cual permite un crecimiento continuo en el aspecto socioeconómico por medio de la realización de expo ferias en distintas épocas del año, y la construcción del centro ferial Atuntaqui que se ha convertido en una nueva vitrina para mostrar la producción textil del cantón. Todo esto elaborado en su gran mayoría por las manos de los habitantes anteños, que lo realizan con profesionalismo y responsabilidad de esta manera se generara fuentes de empleo, no solo para la población local sino también para personas de otros cantones cercanos, y sobre todo se impulsa la iniciativa de la creación de nuevas microempresas, fomentando el desarrollo de nuevos emprendimientos locales para el mejoramiento y desarrollo continuo del cantón. El proyecto. “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JEANS REVERSIBLES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE IMBABURA”. Tiene por objeto fomentar aún más el sector textil y comercial del cantón, de esta manera beneficiara a la población obrera del cantón y principalmente ayudará a fortalecer el aspecto turístico, debido que los compradores nacionales y extranjeros encontrarán nuevas alternativas de compra, un producto que será novedoso y sobre todo creado en la ciudad de Atuntaqui. Este producto podrá aumentar la variedad de prendas textiles, y su atractivo principal estará fortalecido debido que no existe una empresa que se dedique específicamente a la producción de jeans dentro del sector textil del cantón.

## EXECUTIVE SUMMARY

Antonio Ante is one of the most attractive centre of Imbabura, it is formed in its greater part by a great quantity of textile enterprises which let to the local, national and foreign visitors to find a varied quantity of articles of clothing.

Among its main engaging and courages we find the textile industry, which let a continuous growth in the economic – social aspect through the realization of expo – fairs in different times of the year and the construction of Atuntaqui stallholder centre which has become in a new glass case to show the textile production of the Canton. All this made in its greater by the hands of Antenian inhabitants who make it with responsibility in this way they will produce employ's sources, not only for local population but also for people of other cantons and they take the initiative of the creation of new micro – enterprises promoting the development of new engagements for the continuous improvement and development of the canton. The project. **“Study of practicality for the creation of a productive and marketable of revertible jeans in Atuntaqui city, Antonio Ante canton Imbabura province”**. It has an object to promote the textile and commercial area of the canton, in this way it will exploit o the working population of the canton and mainly it will help to fortify the touristic aspect, because of the national and foreign buyers will find new product and it will be made in Atuntaqui city. This product will be able to increase the variety of textile clothes and its main attractive will be fortified because of there isn't an enterprise which dedicates specially to the jeans production in the textile area of the canton.

## AUTORÍA

iv

### AUTORÍA

Yo, **Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo**, portador de la cédula de ciudadanía N° 100343492-3, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito como: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JEANS REVERSIBLES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO SUCUMBES PROVINCIA DE IMBABURA"**. Es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que se han respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo

C.C. 100343492-3

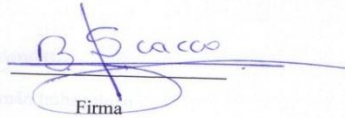
  
Firma  
Dr. Benito Saco  
Director Encargado de Trabajo de Grado

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

### INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director encargado del Trabajo de Grado presentado por el egresado señor **Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo**, para optar por el Título de ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría C.P.A., cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JEANS REVERSIBLES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE IMBABURA". Considero que el presente trabajo reúne todos requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra a los 12 días del mes de Febrero del 2015.

  
Firma

**Dr. Benito Scacco**

**Director Encargado de Trabajo de Grado**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo**, con cédula de ciudadanía No. **100343492-3**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, en sus artículos 4, 5 y 6 en mi calidad de autor del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JEANS REVERSIBLES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE IMBABURA"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: ingeniero En Contabilidad Superior y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra a los 8 días del mes de Diciembre del 2015

(Firma): ..... *Adrián Arturo Guzmán* .....

Nombre: Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo

Cédula: 100343492-3

DIRECTOR  
ENCARGADO



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR**  
**DEL LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y existencia de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentado mi voluntad de participar en este proyecto, para la cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CEDULA DE CIUDADANIA</b>		100343492-3	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>		Guzmán Imbaquingo Adrián Arturo	
<b>DIRECCION</b>		Atuntaqui Barrio Santa Rosa del Moras	
<b>E-MAIL</b>		<a href="mailto:aguzman_cot@hotmail.com">aguzman_cot@hotmail.com</a>	
<b>TELEFONO FIJO</b>	xxx	<b>TELEFONO MOVIL</b>	0990209322

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TITULO</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JEANS REVERSIBLES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR</b>	Guzmán Imbaquingo Adrián Arturo
<b>FECHA</b>	08-12-2015
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA</b>	Pregrado
<b>TITULO POR EL QUE OPTA</b>	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoria
<b>DIRECTOR ENCARGADO</b>	Dr. Benito Scacco

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

viii

### 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

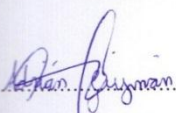
Yo **Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo**, con cédula de identidad No. 100343492-3 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolla, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de la reclamación por parte de terceros.

Ibarra a los 8 días del mes de Diciembre de 2015

**EL AUTOR:**

(Firma) 

Nombre: Guzmán I. Adrián A.

CC: 100343492-3

**ACEPTACIÓN:**

(Firma) 

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado está dedicado a mis padres, quienes son las personas que siempre me han apoyado a lo largo de mi carrera universitaria y me han enseñado a ser cada día una mejor persona con la práctica de principios y valores, y afrontar los problemas que la vida nos presenta y así lograr conseguir las metas que me proponga.

Así como también a mis dos hermanos menores, quienes son las personas que aun en los momentos difíciles han logrado hacerme olvidar de los problemas. También me han dado la motivación para salir adelante y cumplir las metas y objetivos planteados en la vida y la parte más importante lograr ser un ejemplo de superación para ellos.

Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento a Dios nuestro creador que me ha bendecido con la salud y una familia, así como también por brindarme fortaleza y deseos de superación.

También mi agradecimiento más sincero y profundo a la Universidad Técnica del Norte, quien me supo brindar la oportunidad de educarme tanto en valores, como en conocimientos sólidos para saber desenvolverme en el campo profesional.

Además expreso mi más eterna gratitud a los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes transmitieron sus conocimientos y valores hacia mí, también siendo un apoyo incondicional considerándose más que unos maestros unos amigos en las aulas universitarias y de esta manera pudiendo forjar profesionales acorde a las demandas actuales del País.

Por último el agradecimiento más sincero a nuestro Director de Tesis por haber entregado sus valiosos conocimientos, para poder culminar el presente trabajo.

Adrián Arturo Guzmán Imbaquingo

## PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad se denomina creación de una empresa productora y comercializadores de jeans reversibles en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura. A continuación se presenta una breve recopilación de lo tratado en cada capítulo del informe final del trabajo de grado, el mismo que cuenta con siete capítulos, conclusiones y recomendaciones.

**Capítulo I Diagnóstico Situacional.** En este capítulo para su desarrollo fueron formulados los objetivos diagnósticos, que están relacionados con los aspectos históricos, geográficos, demográficos. Así como también el análisis de los aspectos políticos, sociales, económicos y tecnológicos del cantón de esta manera poder identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

**Capítulo II Marco Teórico.** En este capítulo se estableció los conceptos teóricos que se tomaran en cuenta como guías de información para el desarrollo óptimo del proyecto.

**Capítulo III Estudio de Mercado.** En este capítulo se realizó una investigación de campo a través de encuestas, entrevistas cuyos resultados permitieron conocer la oferta y la demanda actual que existe en el mercado con respecto al producto. Así como el segmento de mercado, y la demanda insatisfecha que existe en el lugar en el que se realizó el estudio.

**Capítulo IV Estudio Técnico.** En este capítulo se ha determinado la ubicación óptima del proyecto así como también se puede dar a conocer los requerimientos tanto de maquinaria como de talento humano para el mismo y otros insumos importantes en la producción de los pantalones jeans reversibles. También se conocerá la distribución adecuada de la planta y la capacidad que la empresa podrá producir por periodos.

**Capítulo V Estudio Financiero.** En este estudio se realizará el análisis de ingresos y egresos, los niveles de ventas proyectados para de esta manera establecer los respectivos estados financieros, posteriormente determinar la factibilidad del proyecto a través de la aplicación de evaluadores financieros que permitirán identificar de manera más fácil los puntos clave del proyecto.

**Capítulo VI Propuesta Estratégica.** En este capítulo se realizará el planteamiento de la empresa su nombre, misión, visión, base legal, principios y valores de la empresa y la descripción de los puestos y características que deben tener los trabajadores de la empresa.

**Capítulo VII Impactos.** En este capítulo se realizará el análisis específico de los impactos, tanto internos como externos las ventajas y desventajas de esta manera se podrá determinar la viabilidad del proyecto en el aspecto ambiental.

Las conclusiones y recomendaciones del proyecto muestran en forma breve lo realizado a lo largo del proyecto los aspectos más relevantes del mismo. Las recomendaciones permiten conocer aspectos claves del proyecto para su aceptación o mejora continua del mismo.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
AUTORÍA .....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DEL LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
PRESENTACIÓN .....	xi
ÍNDICE GENERAL .....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xx
ÍNDICE DE CUADROS .....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xxiv
ANTECEDENTES .....	xxv
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxvii
ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA .....	xxviii
CAPITULO I .....	29
Diagnóstico situacional .....	29
1.1 Macro ambiente .....	29
1.1.1 Antecedentes históricos .....	29
1.1.2 Aspecto Geográfico .....	31
1.1.3 División Política .....	32
1.1.4 Clima .....	33
1.1.5 Turismo .....	33
1.1.6 Actividades económicas .....	34
1.1.6.1 Actividades de confección y comercialización .....	34
1.1.6.2 Actividades de Ganadería .....	35

1.1.6.3 Gastronomía de Atuntaqui. ....	35
1.1.7 Empresas afiliadas a la Cámara de Comercio .....	36
1.1.8.- Producción y comercialización textil del Cantón Antonio Ante .....	36
1.2.- Microambiente .....	37
1.2.1.- Antecedentes diagnósticos .....	37
1.3 Objetivos Diagnósticos .....	37
1.3.1 Objetivo General .....	37
1.3.2 Objetivos Específicos.....	38
1.4 Variables Diagnosticas.....	38
1.4.1 Indicadores .....	38
1.5 Matriz de relación diagnostica .....	40
1.6 Matriz AOOR.....	42
1.8.- Determinación de la oportunidad de inversión .....	43
CAPITULO II .....	45
MARCO TEORICO.....	45
2.1 La Empresa.....	45
2.2 Tipos de empresa.....	45
2.3 Elementos de una Empresa .....	46
2.4 Requisitos para formar una empresa .....	47
2.5 Estudio de factibilidad.....	50
2.6 La Administración.....	51
2.7 Elementos de la Administración .....	51
2.8 Mercado.....	53
2.9 Oferta.....	54
2.10 Demanda .....	54
2.11 Producto .....	55
2.12 Precio .....	55
2.13 Plaza .....	56
2.14 Promoción .....	57
2.15 La contabilidad.....	57
2.15.1 Importancia de la contabilidad .....	58
2.15.2 Objetivo de la contabilidad .....	58

2.16 Activo.....	59
2.17 Pasivo.....	59
2.18 Patrimonio.....	60
2.19 Ingresos.....	60
2.20 Plan de Cuentas.....	61
2.21 Contabilidad de costos.....	62
2.21.1 El costo.....	62
2.21.2 El gasto.....	63
2.21.3 Elementos del Costo.....	63
2.22 Estados financieros.....	66
2.22.1 Estado de situación financiera.....	66
2.22.2 Estado de resultados.....	66
2.22.3 Estado de flujo de efectivo.....	67
2.23 Evaluadores financieros.....	68
2.23.1 Valor actual neto (VAN).....	68
2.23.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	68
2.23.3 Periodo de recuperación.....	69
2.23.4 Relación costo/beneficio (C/B).....	69
2.23.5 Punto de equilibrio (PE).....	70
2.24 Los pantalones jeans.....	70
2.25 Historia del Jean.....	71
2.26 Tipos de jeans.....	73
2.27 Tinturado.....	75
CAPITULO III.....	77
Estudio de Mercado.....	77
3.1 Presentación.....	77
3.2 Objetivos del Estudio de Mercado.....	78
3.2.1 Objetivo General.....	78
3.2.2 Objetivos Específicos.....	78
3.3 Identificación del Producto.....	78
3.3.1 Características del Producto.....	79
3.4 Matriz de Relación de Estudio de Mercado.....	81

3.5 Estructura del mercado.....	82
3.5.1 Segmentación de mercado.....	82
3.5.2 Marco muestral o Universo.....	82
3.6 Tamaño de la Muestra.....	83
3.7 Metodología de la Investigación.....	83
3.7.1 Observación directa o guía de observación.....	84
3.7.2 Encuesta.....	84
3.7.3 Entrevista.....	84
3.8 Levantamiento de la Información.....	85
3.9 Análisis de la Demanda.....	99
3.9.1 Demanda Actual.....	99
3.9.2 Proyección de la demanda.....	99
3.10 Análisis de la Oferta.....	101
3.10.1 Instrumentos aplicados (La Entrevista y Guía de Observación).....	101
3.10.1.1 Entrevista dirigida a vendedores de jeans.....	101
3.10.1.2 Guía de Observación a negocios de la ciudad de Atuntaqui.....	103
3.10.1.3 Análisis de la Guía de Observación.....	104
3.10.2 Oferta actual.....	105
3.10.2.1 Producción de jeans principales Industrias de Pelileo.....	106
3.10.2.2 Distribución de la producción.....	106
3.10.3 Proyección de la Oferta.....	107
3.10.4 Demanda Insatisfecha.....	108
3.11 Demanda a captar por el proyecto.....	109
3.12 Conclusiones del estudio.....	110
CAPITULO IV.....	111
Estudio Técnico.....	111
Introducción.....	111
4.1 Localización óptima del proyecto.....	111
4.1.1 Macro localización.....	111
4.1.2 Micro localización.....	112
4.1.3 Ubicación de la Planta.....	113
4.1.4 Matriz de Evaluación de Factores.....	113



4.2 Tamaño del proyecto.....	116
4.2.1 Factores condicionantes del tamaño del proyecto.....	116
4.3 Capacidad del proyecto .....	117
4.4 Diseño de instalaciones .....	118
4.4.3 Distribución de la planta .....	118
4.4.4 Diseño de la Planta.....	120
4.5 Proceso de Producción .....	121
4.5.1 Materiales a utilizar para la confección de un jeans reversible.....	121
4.5.2 Insumos y accesorios .....	121
4.5.3 Máquinas utilizadas para el ensamble o confección del jean.....	122
4.6 Descripción del proceso de Producción .....	123
4.6.1 Proceso de producción .....	124
4.6.2 Diagrama de Boque.....	126
4.6.3 Diagrama de Flujo.....	127
4.6.4 Flujo grama de producción del jean reversible .....	129
4.7 Nombre del Proyecto.....	130
4.7.1 Logotipo del proyecto .....	130
4.8 Inversiones .....	130
4.8.1 Propiedad Planta y Equipo .....	130
4.8.1.4 Vehículo .....	132
4.8.1.8 Resumen de la inversión de Activos fijos .....	134
4.8.2 Capital de Trabajo .....	135
4.8.3 Resumen de la Inversión .....	135
4.8.4 Financiamiento.....	136
CAPITULO V .....	137
Estudio Financiero .....	137
Introducción .....	137
5.1 Ingresos .....	137
5.2 Egresos .....	138
5.2.1 Costos de Producción.....	138
5.2.1.1 Materia Prima e Insumos .....	138
5.2.1.3 Costos indirectos de fabricación .....	141

5.2.2 Gastos Administrativos .....	143
5.2.3 Gastos de Ventas .....	146
5.2.4 Financiamiento .....	148
5.2.4.1 Gastos Financieros .....	150
5.2.5 Depreciaciones .....	150
5.2.6 Gastos Diferidos .....	153
5.3 Estados Financieros .....	153
5.3.1 Estado de situación financiera .....	154
5.3.2 Estado de resultados .....	155
5.3.3 Flujo de Efectivo .....	156
5.4 Evaluación de la Inversión .....	158
5.4.1 Costo de oportunidad .....	158
5.4.3 Valor Actual Neto .....	159
5.4.4 Tasa Interna de Retorno .....	159
5.4.6 Costo Beneficio .....	161
5.4.7 Punto de Equilibrio .....	162
CAPITULO VI .....	163
Propuesta Estratégica .....	163
6.1 La Empresa .....	163
6.1.1 Nombre .....	163
6.1.2 Conformación Jurídica .....	163
6.1.3 Misión .....	163
6.1.4 Visión .....	163
6.1.5 Políticas .....	164
6.1.6 Principios y valores .....	164
6.2 Estructura Organizacional .....	166
6.2.1 Organigrama Estructural .....	167
6.2.2 Identificación del Puesto y Funciones .....	168
6.3 Estrategias .....	174
6.3.1 Estrategias Empresariales .....	174
6.3.2 Estrategias mercadológicas de posicionamiento .....	174
6.3.3 Estrategias financieras .....	175

6.4 Aspecto Legal.....	176
6.4.1 Base Legal.....	176
6.4.2 Permisos de Funcionamiento .....	177
CAPITULO VII .....	178
Análisis de Impactos .....	178
7.1 Impactos .....	178
7.1.1 Impacto Socio Económico .....	179
7.1.2 Impacto Tecnológico.....	180
7.1.3 Impacto Empresarial .....	180
7.1.4 Impacto Ambiental.....	181
7.1.5 Impacto General .....	182
CONCLUSIONES .....	183
RECOMENDACIONES .....	185
BIBLIOGRAFÍA .....	186
LINKOGRAFÍA .....	188
ANEXO.....	190

**ÍNDICE DE TABLAS**

1 Diagrama de Bloque.....	127
2 Funciones del gerente.....	168
3 Funciones del Contador.....	169
4 Funciones de la Secretaria.....	170
5 Funciones Jefe de Producción.....	171
6 Funciones Operarios.....	172
7 Funciones del Vendedor.....	173

## ÍNDICE DE CUADROS

1 Datos de la población de Antonio Ante .....	32
2 Numero de empresas registradas en la Cámara de Comercio .....	36
3 Matriz de Relación Diagnostica .....	40
4 Matriz AOOD.....	42
5 Elementos del Costo.....	64
6 Matriz de Relación de Estudio de Mercado .....	81
7 Genero .....	85
8 Edad.....	86
9 Tipo de ropa que usan .....	87
10 Uso de Jean .....	88
11 Marcas de preferencia .....	89
12 Aspectos a tomar en cuenta para comprar un Jean .....	90
13 Lugares de compra .....	91
14 Frecuencia de compra .....	92
15 Cuanto gastan comprando jeans.....	93
16 Compraría un jean reversible .....	94
17 Cuantos jeans reversibles compraría.....	95
18 Precio que pagarían por un jean reversible .....	96
19 Lugar donde quisiera comprar .....	97
20 Medios para dar a conocer el producto .....	98
21 Total demanda.....	99
22 Calculo demanda.....	100
23 Demanda Proyectada.....	101
24 Guía de observación.....	103
25 Producción de jeans en pelileo en docenas .....	106
26 Distribución de la producción .....	106
27 Proyección de la oferta.....	108
28 Demanda Insatisfecha .....	109
29 Proyección de producción anual del proyecto .....	110
30 Escala de evaluación .....	113

31 Matriz de factores ubicación del local .....	114
32 Matriz de evaluación ubicación de la planta .....	115
33 Distribución de la planta .....	119
34 Simbología .....	128
35 Flujo grama de producción .....	129
36 Infraestructura .....	131
37 Maquinaria y equipo .....	132
38 Vehículo .....	132
39 Muebles y enseres .....	133
40 Equipo de computación.....	133
41 Equipo de oficina .....	134
42 Resumen de la Inversión .....	134
43 Capital de Trabajo .....	135
44 Inversión Inicial .....	136
45 Financiamiento del Proyecto.....	136
46 Proyección de Ingresos .....	137
47 Materia prima directa .....	139
48 Proyección de Materia prima e insumos .....	139
49 Sueldos de producción .....	140
50 Proyección salario de producción .....	140
51 Materiales y herramientas de producción .....	141
52 Empaques .....	141
53 Servicios Básicos .....	141
54 Consumo de Gas .....	142
55 Mantenimiento maquinaria .....	142
56 Resumen costos de producción .....	142
57 Sueldos Administrativos .....	143
58 Proyección Salario Administrativos.....	143
59 Servicios básicos .....	144
60 Servicios de comunicación.....	144
61 Mantenimiento de equipos de computación.....	144
62 Suministros de Oficina.....	145

63 Resumen gastos administrativos .....	145
64 Sueldo de Ventas.....	146
65 Proyección Salario de Ventas .....	146
66 Gasto publicidad.....	147
67 Gasto arriendo .....	147
68 Resumen de gastos de ventas .....	147
69 Condiciones de la Deuda.....	148
70 Tabla de Amortización.....	148
71 Gasto financiero .....	150
72 Depreciaciones .....	151
73 Gastos de Constitución.....	153
74 Estado de situación financiera.....	154
75 Estado de resultados .....	155
76 Flujo de Efectivo .....	156
77 Costo de oportunidad .....	158
79 VAN Financiero .....	159
81 TIR Financiero .....	160
83 Periodo de recuperación de inversión .....	161
84 Costo Beneficio .....	161
85 Punto de Equilibrio .....	162
86 Matriz de Valoración de Impactos .....	178
87 Impacto Socio-económico.....	179
88 Impacto Tecnológico.....	180
89 Impacto Empresarial .....	180
90 Impacto Ambiental.....	181
91 Impacto General .....	182

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1 División de la población de Antonio Ante.....	33
2 Genero.....	85
3 Edad.....	86
4 Tipo de ropa que usan.....	87
5 Uso de jean.....	88
6 Marcas de preferencia.....	89
7 Aspectos a tomar en cuenta para comprar un Jean.....	90
8 Lugares de compra.....	91
9 Frecuencia de compra.....	92
10 Cuanto gastan comprando jeans.....	93
11 Compraría un jean reversible.....	94
12 Cuantos jeans reversibles compraría.....	95
13 Precio que pagarían por un jean reversible.....	96
14 Lugar donde quisiera comprar.....	97
15 Medios para dar a conocer el producto.....	98
16 Organigrama Estructural.....	167

## ÍNDICE DE FIGURAS

1 Ubicación de Antonio Ante.....	112
2 Micro localización del Proyecto.....	116
3 Diseño de la Planta.....	120
4 Logotipo de la Empresa.....	130



## ANTECEDENTES

Imbabura es una Provincia ubicada en la Sierra Norte de Ecuador, conocida como la de los Lagos. Esta cuenta con seis cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, San Miguel de Urcuqui.

Está ubicada al norte del territorio ecuatoriano, en la hoya occidental del Chota. En ella existen valles muy fértiles, como los de Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Chota; sus principales elevaciones son el Imbabura (4560 m), Cotacachi (4.944m), y el Yanaurco de Piñan (4.535 m).

La población de Imbabura está marcada por varios factores demográficos, tiene la diversidad étnica y demográfica más grade del Ecuador, ya que según la última estadística del INEC, Imbabura tiene un 54% de mestizos, 32% de blancos, 9% indígenas, 3% negros y 2% repartido entre asiáticos, mulatos, castizos y otros.

La Provincia cuenta con algunas atracciones para los turistas como las fiestas tradicionales, del Yamor en Otavalo, la Jora en Cotacachi, de La Cruz en Caranqui, de Las Lajas en San Antonio de Ibarra, entre otras. En todas estas, hay elementos culturales propios de los pueblos indígenas.

El cantón Antonio Ante es parte de la provincia de Imbabura su población es de 43518 habitante de los cuales son 21069 hombres y 22449 mujeres. Este cantón tiene una superficie de 78,26 Km<sup>2</sup>.

A solo 10 minutos de Ibarra, siguiendo al norte por la Panamericana, un letrero da la bienvenida a Atuntaqui, un cantón de Imbabura. Su clima es seco y templado y su temperatura anual promedio de 18 °C, muy similar con los demás cantones, con lluvias, y con sequías, dividido en dos etapas climáticas a lo largo del año, la época más lluviosa empieza en octubre y finaliza en febrero, mientras la más seca inicia en junio y termina en septiembre; es común muchos vientos principalmente durante agosto, septiembre y octubre. La principal característica de

la ciudad de Atuntaqui es su gran cantidad de fábricas textiles que se dedican a producir sacos, camisetas, medias, interiores y pijamas.

Atuntaqui es conocida como la capital de la moda, una de las desventajas que tiene es que no cuenta con una empresa que produzca y ofrezca pantalones jeans a los clientes estos tienen que viajar a otros lugares del País para adquirir este producto, de igual manera los comerciantes compran el producto fuera del cantón para poder abastecer de este producto a los compradores. Por esta razón la mejor opción es que se los pueda ofertar este tipo de prendas en el cantón Antonio Ante directamente, y así no perder a los compradores locales y extranjeros que visitan día a día esta ciudad.

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

### Objetivo general

Elaborar el Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercialización de jeans reversibles, en la ciudad de Atuntaqui cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura.

### Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico situacional del cantón Antonio Ante con la finalidad de determinar la oportunidad de inversión del estudio de factibilidad.
- Estructurar el marco teórico en base a la investigación bibliográfica y linkografica sobre la fabricación y comercialización de jeans reversibles.
- Diseñar el estudio de mercado para determinar el posicionamiento y el grado de aceptación del producto jean reversible en el mercado.
- Estructurar el estudio técnico que permita determinar una visión clara de los insumos y maquinarias a utilizar para el proyecto.
- Diseñar el estudio económico financiero del proyecto con la finalidad de determinar la rentabilidad económica a corto y largo plazo del mismo.
- Diseñar la estructura organizacional del proyecto de acuerdo a la normativa legal en su manejo y funcionamiento con su debida delegación de funciones en las respectivas áreas determinadas en el proyecto.
- Establecer los principales impactos en los ámbitos sociales económicos ambientales que generara la implementación del proyecto.
- Realizar conclusiones y recomendaciones a las autoridades locales y público en general, acerca de una mayor difusión de información relacionada con el sector.

## **ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA**

### **Método deductivo**

En el presente proyecto se aplicara el método deductivo en el estudio diagnóstico situacional, de esta manera se podrá empezar desde el aspecto macro de la Provincia de Imbabura hacia el aspecto micro de los Cantones y por ultimo enfocarnos en el cantón Antonio Ante, que es el lugar donde se aplicara el proyecto y analizar los aspectos más importantes de este lugar, hasta poder llegar a la empresa y el entorno en el que se desenvolverá la empresa que estamos creando.

### **Método analítico**

El método analítico en el presente proyecto será aplicado en el aspecto del estudio de mercado, al momento de poder conocer a los posibles clientes y de analizar sus posibles necesidades y los gustos que ellos puedan tener, para que a través de un análisis de los clientes y de los puntos estratégicos de venta del producto se pueda realizar un producto de calidad, de acuerdo a los requerimientos de cliente y tener una aceptación en el mercado.

### **Método Sintético**

El método sintético en el presente proyecto se lo podrá aplicar en la elaboración del marco teórico, en el cual a través de la investigación de los procedimientos para poder realizar el proyecto se podrá analizar y poder tomar las ideas más importantes en un contexto teórico, para luego poder utilizar estas herramientas que sean necesarias y que se apliquen en beneficio del proyecto.

## CAPITULO I

### Diagnóstico situacional

#### 1.1 Macro ambiente

##### 1.1.1 Antecedentes históricos

Imbabura, está ubicada en la sierra norte del País, es una de las diez provincias que forman esta región. Limita al norte con la Provincia del Carchi por medio del río Mira, al oeste con Esmeraldas, al este con Sucumbíos y al sur con Pichincha. Dentro de ella se encuentran los cantones de Ibarra, Otavalo, San Miguel de Urququí, Pimampiro, Cotacachi y Antonio Ante.

Antonio Ante es un cantón que cuenta, con una larga llanura se encuentra ubicado en las faldas del volcán Imbabura en el centro de la hoya de Ibarra, goza de un clima agradable, posee tierras fértiles apropiadas para el cultivo de cereales, legumbres. Su cabecera Cantonal Atuntaqui, cuenta con dos parroquias urbanas Atuntaqui y Andrade Marín y cuatro rurales San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya; limita al norte con Ibarra al sur con Otavalo al este el volcán Imbabura y al oeste con los cantones Cotacachi, Urququí. Posee una superficie de 79km, con un idioma dominante español y una minoría kichua su población es mestiza, le sigue la indígena y afro ecuatoriano.

Desde los inicios del siglo XX, la historia de Antonio Ante se ha escrito junto a la Fábrica Imbabura, que fuera sin lugar a duda, el centro industrial más importante de todos cuantos se han establecido en el cantón y la Provincia. Fue una de las 15 industrias que en la década de los 30 se crearon en el Ecuador. La fábrica, fundada el 6 de mayo de 1924, se convierte en el eje del desarrollo económico de Atuntaqui, sustento primordial de sus habitantes y centro del comercio del hilo y telas de algodón de la mejor calidad en el país y sur de Colombia. La fábrica empezó a funcionar en 1927 con poco personal procesando el algodón y obteniendo hilo

para la confección de telas, las que se empleaban en diferentes productos textiles que tenían gran acogida en el mercado.

Con el esfuerzo de todos los moradores, al mando de don Julio Miguel Aguinaga, se inicia una titánica labor y este pueblo agrícola por excelencia se convierte en el centro industrial más grande de la Provincia, gracias a La Industria Algodonera que contribuyó en forma decisiva al desarrollo socioeconómico de este pueblo.

Dos hechos grandiosos son los que contribuyeron para el éxito de la cantonización: la instalación de la FÁBRICA TEXTIL IMBABURA y la llegada del Ferrocarril, lo que dio una verdadera transformación a la población del Caserío Lourdes luego convirtiéndose en parroquia rural Andrade Marín del cantón Ibarra; y después, transformando en la futura ciudad Atuntaqui, así el 12 de febrero de 1938 se rubricó el decreto de cantonización, posicionándose el primer Concejo Cantonal el 2 de marzo de 1938.

El Cantón llevaría el nombre de uno de los próceres de la independencia, el Dr. Antonio Ante López De La Flor, personaje que fue quién entregó personalmente en Carondelet, el oficio por el que se comunicaba que ha cesado en sus funciones y que en adelante se hace cargo del Gobierno de la Audiencia la Junta Soberana, de Antonio Ante será recordado por siempre en la historia Ecuatoriana y para este cantón constituirá un permanente símbolo de honrosa lucha.

En el 2001, la idea de hacer una feria que se convierta en la vitrina de los productos hechos en Atuntaqui surgió, de un grupo de empresarios con el apoyo del Gobierno Municipal, los mismos que posteriormente conformarían la Cámara de Comercio. La expectativa de la primera feria era recibir a 5 mil turistas, pero la sorpresa fue grande cuando más de 15 mil ecuatorianos llegaron hasta el recinto ferial. Entonces los productores anteño empezaron a cambiar el diseño de sus casas para convertirlos en locales comerciales y los feriados de Carnaval por la Cantonización y en agosto para promocionar la moda verano se han convertido en

las principales expo ferias convirtiéndose cada año la ciudad en un verdadero centro comercial.

Todos los habitantes fueron beneficiados sintiéndose orgullosos parte del desarrollo del Cantón. Iniciativa enmarcada en el proyecto Marca Ciudad en donde se integran todos los ámbitos y actividades del Cantón, con los atractivos turísticos y la ventaja por la ubicación geográfica y sus paisajes.

Antonio Ante en la actualidad es un ejemplo de desarrollo integral e incluyente en donde a más del crecimiento económico pretende la generación de oportunidades a todos fortaleciendo los ejes sociales, culturales y ambientales en un marco de democracia real. Por eso se ha elaborado un plan para 10 años, es así que se han logrado importantes avances, entre los que se destacan:

- ❖ Bajo desempleo, se mantiene esta tendencia en razón de que se ha ido incrementando el número de microempresas y emprendimientos.
- ❖ Posicionamiento de Atuntaqui como destino turístico para hacer compras de productos textiles todos los días del año.
- ❖ Dinamización de otros sectores como construcción, turismo, comercio de otros productos y servicios.

### **1.1.2 Aspecto Geográfico**

Antonio Ante está ubicado, a 105 Km. al norte de la Capital del Ecuador, Quito y a 135 km. de la frontera Colombiana. Es el Cantón de menor extensión territorial, representando el 1.8% de la Provincia, con una población de 43518 que representa el 10.5% de Imbabura, y con una altitud de 2360 metros sobre el nivel del mar

### 1.1.3 División Política

El cantón Antonio Ante está constituido por dos parroquias urbanas y por cuatro en el sector rural, con una superficie de 78,26 Km. Sus parroquias urbanas son: Andrade Marín, Atuntaqui y sus parroquias rurales son Imbaya, Chaltura, Natabuela y San Roque. La población de Antonio Ante según registros de último censo determina, que la mayoría de la población trabajan en las actividades propias de la ciudad como la confección permitiendo un desarrollo socio – económico y sostenible, lo que mantiene al cantón con un menor índice de desempleo.

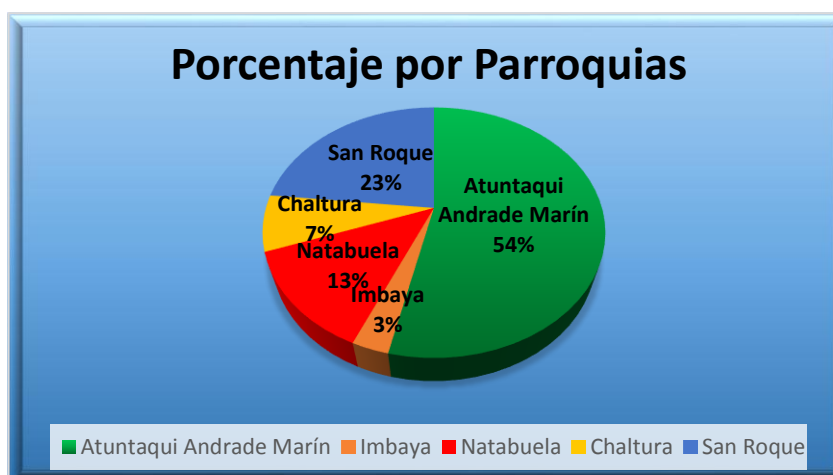
#### *Cuadro Nro. 1*

#### *1 Datos de la población de Antonio Ante*

<b>Parroquias</b>	<b>Habitantes</b>
<b>Atuntaqui Andrade Marín</b>	<b>23299</b>
<b>Imbaya</b>	<b>1279</b>
<b>Natabuela</b>	<b>5651</b>
<b>Chaltura</b>	<b>3147</b>
<b>San Roque</b>	<b>10142</b>
<b>total</b>	<b>43518</b>

FUENTE: (INEC, 2010)



**Grafico Nro.1****1 División de la población de Antonio Ante**

Autor: Adrián Guzmán

Fuente: División política de Antonio Ante

**1.1.4 Clima**

El clima de este cantón es por lo general seco y templado con una temperatura promedio de 18° C, a lo largo del año se encuentra dos etapas como son la lluviosa que es la cual sus agricultores pueden sembrar en sus tierras, y la seca que suele prolongarse por muchos meses, por lo general en esta época suelen realizarse las cosechas.

**1.1.5 Turismo**

El cantón Antonio Ante cuenta con algunos lugares muy interesantes de visitar entre los que tenemos:

Santuario del Señor del Santo Sepulcro: antigua construcción que data de inicios de los años noventa, se ubica en el centro de la ciudad de Atuntaqui; el templo en su altar mayor bañado en oro se venera la imagen del Santísimo, y con especial devoción la del señor del Santo Sepulcro del cual toma nombre este majestuoso Santuario.

Tolas de Atuntaqui Paila tola, Orozco tola, Pupo tola. Su aparecimiento se remonta a los años 1200 AC; construidas por los Atuntaquis o Tontaquis. Son hacinamientos de tierra con diferente forma y volumen; entre sus funciones diversas estaban las de funerarias individuales y colectivas, adoratorios, ceremoniales y observatorios. Se contabilizó alrededor de 12000 en el norte del País, por lo que se la llama la región de las Pirámides y los Túmulos.

Por su importancia histórica y sus características de forma de paila en su cima, a Paila tola se la declaró "Patrimonio Cultural de la Nación", ésta se encuentra en la Av. Luis Leoro Franco de la Ciudad de Atuntaqui; la más grande de las tolas que es Orozco tola se encuentra alterada porque en su cima está ubicado el cementerio parroquial de Andrade Marín. Pupo-tola, se la conoce por sus líneas armoniosas y redondas, representa lo artístico del pueblo de Atuntaqui en la construcción de tolas.

### **1.1.6 Actividades económicas**

El cantón Antonio Ante debido a su constante evolución y desarrollo continuo, tiene una gran variedad de actividades a las que se dedican sus habitantes entre las que se destacan la agricultura, ganadería, comercio, gastronomía y prestación de servicios sociales y de construcción, todo ello se complementa para el crecimiento del cantón.

#### **1.1.6.1 Actividades de confección y comercialización**

La ciudad de Atuntaqui cuenta con varias empresas registradas en la Cámara de Comercio dedicadas a la confección y venta de prendas de vestir, a esto se suman las empresas de telas y venta de hilos para la producción, que conjuntamente con el turismo permiten aprovechar las oportunidades del mercado en beneficio de la comunidad en general.

La comercialización en las ferias en permite que el Cantón tenga visitantes que siempre van llevando prendas producidas por los anteños. También las ferias los días viernes, y la movilización de los productos textiles a los diversos lugares del país han permitido extender su mercado.

#### **1.1.6.2 Actividades de Ganadería**

En la ciudad de Atuntaqui también se dedican al a cría de animales menores como cuyes, chanchos y pollos que abastecen a toda la provincia de Imbabura. Cabe resaltar que un menor número de habitantes se dedican propiamente a la cría y venta de este tipo de animales, ya que esta no es la principal actividad económica del cantón.

#### **1.1.6.3 Gastronomía de Atuntaqui.**

La gastronomía que nos presenta el Cantón Antonio Ante se encuentra entre las más variadas, las principales que encontramos la Fritadas y el crujiente Cuy son los platos típicos que se han destacado en el Cantón, por su trayectoria y aceptación en los visitantes que llegan a esta tierra, todo esto acompañado de las papas, el choclo en diferentes estados de cosecha para obtener el tradicional tostado o mote. Cierran este banquete los deliciosos helados de crema o de frutas, acompañados de: panuchas, rosquetes, mojicones o suspiros que le van a endulzar su visita a este Cantón.

Todas las actividades antes mencionadas hacen del cantón de Antonio Ante un lugar atractivo para los turistas tanto nacional y extranjeros, que le permite tener un desarrollo continuo.

### 1.1.7 Empresas afiliadas a la Cámara de Comercio

#### *Cuadro Nro. 2*

#### *2 Numero de empresas registradas en la Cámara de Comercio*

TIPO DE EMPRESAS	NUMERO DE EMPRESAS
TEXTILES	200 AFILIADAS
OTRO TIPO DE EMPRESAS	86 AFILIADAS
<b>TOTAL DE SOCIOS CCAA</b>	<b>286 AFILIADAS</b>

Autor: Adrián Guzmán

Fuente: Cámara de Comercio Antonio Ante

Año: 2015

### 1.1.8.- Producción y comercialización textil del Cantón Antonio Ante

El Ministerio de Industrias y Productividad ha calificado a Antonio Ante como uno de los cantones de mayor desarrollo económico a nivel nacional, así lo manifiestan las autoridades de la Cámara de Comercio de Antonio Ante. La Cámara de Comercio cuenta con 286 socios, de los cuales el 70% pertenece al área textil y de la confección.

La Cámara de Comercio de Antonio Ante, menciona que en el cantón tiene un índice de desempleo se ubica en el 4% según el censo de población. Las fábricas emplean a gente de los cantones vecinos incluso de las Provincias de Pichincha y Carchi. La ciudad de Atuntaqui tiene una larga trayectoria de ser textil y la consolidación de estas empresas han permitido tener este índice de desempleo, de los más bajos del País.

## **1.2.- Microambiente**

### **1.2.1.- Antecedentes diagnósticos**

Antonio Ante se encuentra en un medio geográfico y natural privilegiado, es eminentemente agrícola, pecuario, artesanal y de gran legado cultural que garantiza una producción diversificada.

El número de personas ocupadas es muy alto en las industrias manufactureras y textiles en relación a otros cantones, se dedican a elaborar camisetas, sacos, tejidos, licras, pantalones de tela, ropa deportiva etc.

El desarrollo de las empresas textiles en el cantón Antonio Ante es un buen síntoma para la economía nacional para el sector productivo, ya que los niveles de competitividad, a través de esfuerzos conjuntos, demuestran el éxito de dichas empresas en nuevos nichos de mercado.

## **1.3 Objetivos Diagnósticos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Realizar el diagnóstico situacional del cantón Antonio Ante para determinar la realidad económica social y productiva, con el fin de conocer los antecedentes y características generales del área de investigación y la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jeans reversibles.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer los antecedentes históricos del cantón Antonio Ante.
- Identificar a los potenciales compradores, preferencias y necesidades existentes en el cantón.
- Analizar el sistema de producción a utilizar.
- Determinar las condiciones y características del talento humano que laborara en la empresa.
- Analizar las características principales de las industrias textiles en el cantón Antonio ante.
- Determinar la situación socioeconómica del cantón Antonio Ante.

### 1.4 Variables Diagnosticas

- Antecedentes históricos
- Clientes
- Producción
- Talento humano
- Competencia
- Precios

#### 1.4.1 Indicadores

- ❖ Datos Históricos
- ❖ Preferencias al momento de comprar
- ❖ Necesidades insatisfechas
- ❖ Formas de producción

- ❖ Tecnología
- ❖ Volumen de Producción
- ❖ Materia Prima e insumos
- ❖ Mano de obra
- ❖ Experiencia de trabajo
- ❖ Nivel educativo
- ❖ Capacitación
- ❖ Políticas de gobierno
- ❖ Productos estrellas
- ❖ Fortalezas de la competencia
- ❖ Clientes insatisfechos
- ❖ Estrategias de ventas
- ❖ Nivel de ingresos
- ❖ Capacidad adquisitiva
- ❖ Actividades más lucrativas
- ❖ Cuanto estarían dispuestos a gastar.

### 1.5 Matriz de relación diagnóstica

#### Cuadro Nro. 3

#### 3 Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivo	Variable	Indicador	Fuente de información	Instrumento
Establecer los antecedentes históricos del cantón Antonio Ante.	Antecedentes históricos de Antonio Ante	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datos históricos</li> </ul>	Secundaria	Investigación
Identificar a los potenciales compradores, preferencias y necesidades existentes en el cantón.	Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preferencias al momento de comprar</li> <li>Necesidades insatisfechas</li> </ul>	Primaria	Encuesta
Analizar el sistema de producción a utilizar.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formas de producción</li> <li>Tecnología</li> <li>Volumen de Producción</li> <li>Materia Prima e insumos</li> <li>Mano de obra</li> </ul>	Primaria	Guía de Observación



Determinar las condiciones y características del talento humano que laborara en la empresa.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Experiencia de trabajo</li> <li>▪ Nivel educativo</li> <li>▪ Capacitación</li> <li>▪ Políticas de gobierno</li> </ul>	Primaria	Encuesta
Analizar las características principales de las industrias textiles en el cantón Antonio ante.	Competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos estrellas</li> <li>• Fortalezas de la competencia</li> <li>• Clientes insatisfechos</li> <li>• Estrategias de ventas</li> </ul>	Primaria	Entrevista
Determinar la situación socioeconómica del cantón Antonio Ante.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de ingresos</li> <li>• Capacidad adquisitiva</li> <li>• Actividades más lucrativas</li> <li>• Cuanto estarían dispuestos a gastar</li> </ul>	Primaria	Encuesta

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## 1.6 Matriz AOOR

### *Cuadro Nro.4*

#### *4 Matriz AOOR*

<p style="text-align: center;"><b>Aliados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Hombres mujeres capacitados en la rama de diseño y moda que se dedican a la confección de prendas de vestir.</li> <li>❖ Gobierno Nacional que apoya a la creación de nuevas empresas que desarrollan actividades textiles y que generan fuentes de trabajo y sean innovadoras.</li> <li>❖ Instituciones financieras mediante créditos ayudan a la formación de nuevas empresas.</li> <li>❖ La publicidad que promueve el Gobierno Municipal del Antonio Ante conjuntamente con algunos productores - confeccionistas logra atraer turistas en el transcurso de todo el año.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oponentes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Los intermediarios los que se dedican a comprar y vender este producto tanto en la Provincia como en el País obteniendo mejores utilidades que los mismos productores.</li> <li>❖ Microempresas dedicadas a la producción de productos similares.</li> <li>❖ Pequeños productores del sector que se dedican a confeccionar las prendas de vestir.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mejorar los niveles de producción y por lo tanto introducir nuevas tecnologías</li> <li>❖ Eficientes niveles de producción que permitan disminuir el precio de venta</li> <li>❖ Capacidad para poder establecer compromisos con clientes locales permitiendo así venta directa al comerciante.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Riesgos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mayor tecnología usada en la producción de prendas por competidores directos e indirectos.</li> <li>❖ Competidores que cuentan con plantas de producción óptima y adecuada.</li> <li>❖ Aumento de precios de la materia prima.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mejorar la demanda del producto jeans reversibles mediante una promoción adecuada.</li> <li>❖ La buena ubicación geográfica de Atuntaqui es excelente ya que se encuentra en el corazón de la Provincia de Imbabura siendo un paso obligatorio para los visitantes que se dirigen a todos los destinos turísticos de Imbabura permitiendo que estos visiten el cantón y adquieran sus productos textiles.</li> <li>❖ Comprar la materia prima directamente a proveedores sin dejar espacio para los intermediarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Saturación del mercado tanto local como nacional.</li> <li>❖ Marcas reconocidas y ya bien posesionadas en el mercado local.</li> <li>❖ Las prendas que ofrecen la competencia tienen menor precio en el mercado.</li> </ul>
---	--

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### 1.8.- Determinación de la oportunidad de inversión

Una vez realizado el análisis del sector se puede observar que existen una gran cantidad de empresas textiles dedicadas a la confección de prendas de vestir, pero en el cantón Antonio Ante no existe una empresa dedicada a la producción y comercialización de pantalones jeans reversibles, la necesidad mencionada se puede manifestar que es producto de los siguientes aspectos:

- ✓ Escases de empresas dedicadas de manera exclusiva a la elaboración de pantalones jeans que cuenten con un valor agregado.
- ✓ La mayor parte de industrias textiles se dedican a la elaboración de productos no relacionados al que se implementara.

- ✓ Pagos altos y un excesivo control en todas las aduanas que desencadenan en el encarecimiento del producto traído de países fronterizos.
- ✓ Desconocimiento del manejo técnico, tecnológico y la manipulación de la nueva maquinaria.

Por lo anterior expuesto se determina la necesidad de desarrollar un Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de jeans reversibles, debido que se insertaría al mercado un producto con diseños innovadores, de buena calidad y sobre todo con precios accesibles en relación al beneficio del producto; con la finalidad de contribuir a la solución de los problemas económicos que atraviesa la población y además de proponer estrategias de mejoramiento continuo, para la empresa industrial de Antonio Ante y su innovación.

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO

#### 2.1 La Empresa

*La contabilidad se ha insertado en el sistema de información, por tanto, constituye parte esencial del mismo, y su ámbito natural es la empresa; además su aplicación es muy apreciado en toda organización que maneja fondos y recursos propios con propósito de asistencia social. (Zapata, 2011, pág. 5)*

“Una empresa es una unidad económica que emplea factores de producción y estos los organiza para producir bienes y servicios”

(Michael, Powell, & Mathews, 2013, pág. 7)

La empresa es un ente económico que se dedica a la producción de bienes y servicios, en algunos casos también se enfocan al servicio en general.

#### 2.2 Tipos de empresa

La empresa se clasifica bajo los siguientes criterios (Zapata, 2011, pág. 5)

- Según su naturaleza.
- Según el sector o la procedencia del capital.
- Según la integración del capital o número de socios.

Según su actividad la empresa se clasifica (Ochoa, 2009, pág. 8)

- Empresa de servicios.
- Empresa de comercialización de bienes de mercaderías.

- Empresa de manufactura.
- Empresa de giros especializados.

### 2.3 Elementos de una Empresa

Los elementos que constituyen en una Empresa son los siguientes:

(Lexus, 2013, pág. 18)

- Recursos Humanos: Personas (Directores, Gerentes, Funcionarios, Supervisores, Empleados, Técnicos, Obreros, etc.)
- Recursos Materiales: Bienes de capital: dinero. Mercaderías, mobiliario, equipo, bienes raíces, vehículos, valores.
- Recursos Tecnológicos: Patentes, Know-How (destreza desarrollada) Procedimientos y métodos avanzados etc.

**Los elementos de la empresa son los siguientes:** (Educativa.es, s/f)

***El patrimonio:** conjunto de bienes, derechos y obligaciones de la empresa. Podemos distinguir entre:*

***Activo:** son aquellos bienes y derechos que permanecen más de un ejercicio económico, como instalaciones, maquinaria, aplicaciones informáticas, marcas, etcétera, o que se renuevan cada ejercicio como materias primas, derechos sobre clientes, combustible, etcétera.*

***Pasivo:** son las fuentes de financiación de todos esos elementos del activo que pueden ser propias o ajenas.*

***El factor humano:** es el elemento activo de la producción. Está formado por las personas que aportan su trabajo a la empresa. Podemos hablar de 3 grupos:*

***Trabajadores:** personas que ofrecen sus conocimientos a la empresa a cambio de un salario, pactado a través de un contrato.*

*El empresario (directivos o administradores): persona o conjunto de personas que asumen la responsabilidad y dirección del proceso productivo y por consiguiente la gestión de la empresa, es decir, el responsable de su buen funcionamiento.*

*Los propietarios o capitalistas: son los que aportan recursos, capital, a una empresa, en el caso de que no coincidan con la figura del empresario, normalmente en las grandes empresas. Pueden ser propietarios con ánimo de control de la empresa o simples inversores.*

### **La empresa está constituida de la siguiente forma:**

- **Recursos financieros:** Es todo el dinero sea este propio o en préstamo que tiene la empresa para su funcionamiento
- **Recursos humano:** Es el talento humano tanto en procesos de producción y administrativos que son indispensables para el manejo y la sostenibilidad de la empresa.
- **Recurso tecnológico:** Es la maquinaria, programas utilizados en la empresa, con la más alta tecnología para tener un funcionamiento óptimo y a la par con las demás empresas, para lograr ser competitivos.

### **2.4 Requisitos para formar una empresa**

Para crear una empresa en el Ecuador Hay que seguir el siguiente procedimiento: (elemprendedor.ec, 2012)

- ***Darle un nombre a la empresa.** Cuando ya lo hayas pensado dirígete a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, o enterarte de que ya está ocupado. En caso de que no esté registrado por otra persona tienes un plazo de 30 días de reserva, si lo necesitas puedes ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después tienes que acercarte a*

cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio.

- **Escritura de la Constitución de la Compañía.** Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.
- **Registro mercantil.** Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.
- **Súper de compañías.** Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Superintendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.
- **Crear el RUC de tu empresa.** Como último paso.

#### **2.4.2 Con carácter general deben seguirse los siguientes pasos para constituir la empresa:** (empleo.gob.es, s/f)

- *Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.*
- *Escoger el nombre de su empresa.*
- *Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.*
- *Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección.*
- *Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía.*



- *Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.*
- *Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido.*
- *Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.*
- *Margar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.*
- *Designar representante legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.*
- *Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura Pública inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario del Registro Único de Contribuyentes cumplimentado y firmado por el representante.*
- *Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.*
- *Entregar en el Servicio de Rentas Internas, toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.*
- *Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social aportando copia de RUC, copia de cedula, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliar a sus trabajadores.*
- *Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.*

### 2.4.3 Para crear una empresa se debe seguir el siguiente proceso:

- **Nombre y razón social de la empresa:** Se debe darle una denominación, y el nombre debe ser acorde a la actividad a la que la empresa se va a dedicar
- **Escritura de constitución:** Se debe realizar la escritura de constitución con un juez competente.
- **Registro mercantil:** Se realiza la inscripción en el registro mercantil entregando la escritura de constitución como requisito válido.
- **Superintendencia de compañías:** Es en la entidad apta para poder aceptar o descartar la constitución de una empresa y registrarla en su sistema para que legalmente la compañía pueda ejercer sus actividades y cumplir con sus obligaciones.
- **Obtención del RUC:** Este es último paso pero no por eso el menos importante.

### 2.5 Estudio de factibilidad

“Identifica de forma precisa el plan del negocio a través del estudio de mercado, tamaño localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto”. (flores uribe, 2010, pág. 8)

*El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. (Santos, s/f)*

Es el estudio que se realiza para poder determinar si el proyecto que se va a ejecutar es viable, tanto en el campo financiero, administrativo el proceso de producción y de mercado que este tenga, los requerimientos de aceptabilidad que tenga el proyecto para poder ser ejecutado.

## **2.6 La Administración**

“Conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y recursos”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Alcanzar las metas organizacionales de forma eficaz y eficiente a partir de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

La administración está encargada de planear, organizar, controlar y dirigir los recursos tanto materiales como humanos de la empresa con la finalidad de tener buenos resultados y una organización muy bien estructurada.

## **2.7 Elementos de la Administración**

### **2.7.1 Planeación**

“Implica que el pequeño empresario debe establecer los objetivos con orden y sentido común. Se basa primordialmente en un plan o método y no en una corazonada pues debe estructurar hoy lo que se hará mañana con anticipación”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Función administrativa que se interesa por la definición de metas para el futuro desempeño organizacional y por decidir acerca de las tareas y los recursos necesarios para alcanzarlas”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

La planeación es el establecimiento de las metas que la empresa quiere cumplir en un futuro, también se conoce como ejecutar al conjunto de actividades que se van a realizar en un futuro para mejorar la empresa.

### **2.7.2 Organización**

“Comprende la coordinación de los recursos materiales y humanos en busca de un objetivo común, lo cual conlleva la asignación de las funciones a cada persona y las relaciones entre cada una de ellas”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Función administrativa concerniente a la asignación de tareas, la agrupación de tareas en los departamentos y la asignación de los recursos a los departamentos”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

La organización permite establecer de manera coordinada las distintas actividades de la empresa para que a través de una buena distribución se puedan cumplir y permita un buen desenvolvimiento de la misma.

### **2.7.3 Dirección**

“Describe como el pequeño empresario debe orientar a sus empleados e influir sobre ellos, de forma que estos contribuyan al logro de las metas establecidas”. (Anzola, 2010, pág. 52)

“Función administrativa que implica utilizar las influencias para motivar a los empleados con el fin que alcancen las metas organizacionales”. (Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

La dirección es la forma de manejar de los gerentes o administradores a la compañía, es la manera que la alta gerencia pueda influir, motivar a sus empleados para que cumplan con su trabajo de una buena forma.

### 2.7.4 Control

“Controlar significa supervisar el trabajo de otros y los resultados obtenidos, para asegurar que se alcancen las metas tal como fueron planeadas”.

(Anzola, 2010, pág. 53)

“Función administrativa concerniente a la supervisión de las actividades de los empleados, busca que la organización siga el camino correcto hacia sus metas y se encarga de hacer correcciones según sea necesario”.

(Daft & Dorothy, 2010, pág. 8)

El control en la organización está encargado de supervisar las actividades realizadas en todos los aspectos de la misma y de ver si todo lo planeado se esté cumpliendo para poder llegar al cumplimiento de objetivos.

### 2.8 Mercado

*Un mercado es un espacio donde confluye la oferta y la demanda, interactúan proveedores e intermediarios con necesidades y con capacidad de compra. Para que un mercado sea una realidad deben existir personas naturales o jurídicas con necesidades y deseos, pero al mismo tiempo deben existir productos o servicios que satisfagan totalmente estas necesidades. (Herrera, 2013)*

“Un mercado es cualquier lugar donde se llega a un acuerdo que permita a compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre ellos”.

(Michael, Powell, & Mathews, 2013, pág. 44)

Es el lugar donde oferentes y demandantes se reúnen para realizar comercio, donde cada una de las personas tiene varias opciones de comprar, vender un determinado producto o servicio, con las características necesarias para satisfacer las necesidades del comprador.

## **2.9 Oferta**

“La oferta refleja la decisión acerca de lo que resulta factible producir de forma tecnológicamente y lo que se planea vender durante un periodo dado a un precio específico. La cantidad ofrecida no será siempre igual que la demandada”. (Parkin, 2009, pág. 64)

*La oferta es el volumen del bien que los productores colocan en el mercado para ser vendido. Depende directamente de la relación precio/costo esto es que el precio es el límite en cual se puede ubicar el costo de producción y cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado. (Ortega, 2010, pág. 99)*

Es el producto o servicio que una determinada empresa presenta en el mercado, poniendo a disposición del comprador un bien para satisfacer las necesidades del comprador, según las características y atributos que este contenga.

## **2.10 Demanda**

“Es algo que significa que lo desea, puede pagarlo, o tiene un plan para comprarlo, por anéelo se define aspiraciones que tiene de tener un bien o servicio es decir las múltiples necesidades que la gente tiene de satisfacer, mediante el consumo”. (Parkin, 2009, pág. 59)

“La demanda deberá entenderse la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población”. (Ortega, 2010, pág. 98)

La demanda se conoce a las personas que buscan un cierto producto o servicio para poder satisfacer una necesidad tangible e intangible, y que tenga la capacidad de pagar el costo del producto según el nivel de necesidad que tenga, y la satisfacción que el demandante obtenga de la compra del producto.

### **2.11 Producto**

“Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles, satisfacen una necesidad deseo o expectativa”. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 104)

“Representa un conjunto de satisfacciones para el consumidor. Todos los fabricantes están relacionados con la producción de bienes o servicios pues adquieren materia prima y la transforman en producto industrial o de consumo”. (Anzola, 2010, pág. 156)

Es el resultado de todos los procesos de producción desde la adquisición de materia prima hasta el proceso de acabado del producto que una determinada empresa, realiza para poderlo presentar a los consumidores, esperando su aceptación y el posicionamiento en el mercado.

### **2.12 Precio**

“Es una oferta para probar el pulso del mercado, si los clientes aceptan la oferta, y el precio asignado es el correcto si la rechazan debe cambiarse con rapidez o retirar el producto del mercado”. (Fischer & Espejo, 2011, pág. 140)

“Es el coeficiente de cambio de las cosas expresado en términos de un valor monetario. Termino con el que se indica de los bienes y servicios expresado en moneda”. (Ortega, 2010, pág. 103)

Es el valor monetario que se le asigna al producto o servicio en el mercado, de una determinada empresa el cual permite a la misma cubrir los costes de producción, distribución y publicidad del producto. Pero también el precio debe estar al alcance de los clientes de acuerdo al nivel de beneficio que este ofrece al comprador.

### **2.13 Plaza**

*Es todo lo relacionado con el recorrido físico del producto antes de llegar al consumidor o cliente. Se trata de la distribución, los intermediarios, la logística, los depósitos o almacenes regionales, la recepción, despacho y la entrega de pedidos. Como productor o fabricante, es importante llevar el producto o servicio a los lugares en los que será vendido, como mayoristas, medio mayorista, tiendas de autoservicio, departamentales y detallistas para llegar al usuario, localizar los puntos estratégicos de distribución para que los productos sean identificados y consumidos y así "lograr el alcance deseado de la compañía en el mercado. (aaronverdug00, 2012)*

“La distribución es un conjunto de acciones llevadas a cabo por el empresario para poner el producto o servicio a disposición del consumidor final”.  
(Vargas Belmonte, 2013, pág. 37)

La distribución y el lugar donde será presentado el producto resultan importantes. El lugar debe ser el idóneo para que el producto tenga un entorno favorable en el cual permita tener ventajas competitivas y el ambiente óptimo para su venta.



## 2.14 Promoción

“Es dar a conocer el producto al consumidor. Se debe persuadir a los clientes de que adquieran los productos que satisfagan sus necesidades”.

(Fischer & Espejo, 2011, pág. 17)

*Una empresa que tiene un producto diferenciado necesita que el cliente sepa que su producto es distinto a los demás. La empresa también podría conseguir que los clientes percibieran su producto como algo diferente del resto, aunque la diferencia sea pequeña. Las empresas buscan promocionar para lograr su meta. (Michael, Powell, & Mathews, 2013, pág. 227)*

Es la forma de dar a conocer el producto o servicio a los clientes. Se busca convencer al cliente, de consumir un determinado producto, que se convenza que el producto que se está promocionando satisface las expectativas que se tiene del producto.

## 2.15 La contabilidad

*Es el medio de generación de datos reportes balances, es decir información que usa el gerente en la toma de decisiones. Proceso contable que se encuentra computarizado en línea o descentralizado de tal manera que acumula datos específicos se obtiene información al instante. (Ojeda & Marmol, 2012, pág. 70)*

*Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que realizan en una empresa con el objeto de conocer la situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable. (Bravo, 2013, pág. 1)*

Es la técnica que permite a una empresa el registro de todas sus actividades en todos los departamentos de la empresa que a través de números y resultados que se expresan en los estados financieros de la entidad permite tener a los gerentes y accionistas de la empresa la toma de decisiones para buscar una mejora continua de la entidad.

### **2.15.1 Importancia de la contabilidad**

“La importancia de la Contabilidad no estriba en proporcionar a la empresa la respuesta para tomar una decisión, sino que aporta las herramientas necesarias para determinar su curso, su posición económica y los datos suficientes para tomar dicha decisión”. (Anzola, 2010, pág. 258)

“La contabilidad ofrece información a los administradores para aplicarla en la operación de un negocio. Además proporciona información a otros usuarios para evaluar el desempeño económico y las condiciones de una empresa”. (Reeve, 2010, pág. 3)

La contabilidad es importante debido a que proporciona a la empresa una información detallada que facilita la toma de decisiones en los aspectos más importantes y sean posibles mejorar.

### **2.15.2 Objetivo de la contabilidad**

“El objetivo final de la contabilidad es facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación realizada durante cierto periodo”. (Ortega, 2010, pág. 258)

“El objetivo de la Contabilidad es facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación realizada durante un cierto periodo. (Anzola, 2010, pág. 258)

La contabilidad tiene un objetivo para cada una de las empresas, que lo ejecutan para poder tener un registro ordenado de cada uno de los movimientos mercantiles realizados y presentar en números de forma cuantitativa la información financiera más relevante de la empresa y así facilitar la toma de decisiones para los altos directivos.

### **2.16 Activo**

“Representan los bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados, de los que se espera que la empresa obtenga beneficios o rendimientos económicos en el futuro”.  
(expansion.com, 2014)

*Son los bienes y derechos con los que cuenta una empresa, tales como el efectivo, los edificios, la maquinaria, el terreno, las cuentas por cobrar y todo aquello que presente un respaldo económico para la organización ante terceros (proveedores, clientes, bancos, etc.).*  
(Anzola, 2010, pág. 260)

Activo son los bienes y servicios que están a disposición de la empresa y que son controlados por la misma, que en un futuro generaran beneficios para la misma.

### **2.17 Pasivo**

“Representa las obligaciones contraídas por la empresa, para su cancelación en el futuro. Son las deudas que debe pagar por cualquier concepto”.  
(Velasgui, 2011)

“El pasivo consiste en las deudas que la empresa posee, recogidas en el balance de situación, comprende las obligaciones actuales de la compañía que tienen origen en transacciones financieras pasadas”.  
(e-conomic, 2011)

Pasivo son las obligaciones contraídas por la empresa con terceras personas en el presente que se las tiene que cumplir con su pago a futuro.

### **2.18 Patrimonio.**

“El patrimonio se puede definir como el conjunto de bienes, derechos, obligaciones y deudas, propiedad de la empresa que constituyen los medios económicos y financieros a través de los cuales ésta puede cumplir sus fines”.  
(expansion.com, 2014)

*Es el resultante de la diferencia entre el activo y el pasivo. Representa los aportes del dueño o dueños para constituir la empresa, y además incluye las utilidades y reservas. Este grupo constituyen un pasivo a favor de los dueños de la empresa, por lo cual se maneja de igual forma que las cuentas de pasivo. (Velasategui, 2011)*

El patrimonio son los verdaderos recursos, bienes con que cuenta la empresa, el patrimonio es el resultado de los activos menos los pasivos y que nos muestran la verdadera situación de la empresa.

### **2.19 Ingresos**

*Incrementos en los beneficios económicos producidos a lo largo del ejercicio en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la empresa. (contable, 2007 - 2013)*

*Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan*

*lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma.*  
(expansion.com, 2014)

Un ingreso son todas las entradas de dinero que una empresa tiene por la venta de sus bienes y servicios que lo vende al público, con este rubro recuperando la inversión realizada en la fabricación del mismo.

## **2.20 Plan de Cuentas**

*El plan de cuentas es un listado que presenta las cuentas necesarias para registrar los hechos contables. Se trata de una ordenación sistemática de todas las cuentas que forman parte de un sistema contable.*

*Para facilitar el reconocimiento de cada una de las cuentas, el plan de cuentas suele ser codificado. Este proceso implica la asignación de un símbolo, que puede ser un número, una letra o una combinación de ambos, a cada cuenta. (definicion, 2014)*

*El plan de cuentas es un instrumento de consulta que permite presentar a la gerencia estados financieros y estadísticos de importancia trascendente para la toma de decisiones, y posibilitar un adecuado control. Se diseña en función de las necesidades de información y el control que desea la gerencia de la empresa y se elabora atendiendo los conceptos de contabilidad generalmente aceptados y las normas de contabilidad. (Zapata, 2011, pág. 27)*

El plan de cuentas es un listado de registros contables ordenados de forma cronológica que permiten mantener la información de forma ordenada y de mayor comprensión para quien tenga que analizar los resultados.

## 2.21 Contabilidad de costos

*La contabilidad de costos desempeña un papel destacado en los informes financieros pues los costos del producto o servicio tiene una importancia significativa en la determinación del ingreso y en la posición financiera de toda la organización. La asignación de los costos varía también en la preparación de estados financieros.*

(Cuevas, 2010, pág. 4)

*La contabilidad de costos es una rama especializada de la contabilidad general, permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de los costos utilizados en la empresa; por tanto, determina el costo de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que intervienen para la elaboración de un producto o prestación de servicio.*

(Bravo, 2009, pág. 1)

La contabilidad de costos es la rama de la contabilidad que permite a la empresa el análisis, conocimiento de los costes y gastos en que se incurre en los procesos de producción, de esta manera se puede determinar el costo de la producción que se está realizando y así poder determinar el precio del producto de forma exacta para no incurrir en pérdidas futuras y así mantener a la empresa en un equilibrio.

### 2.21.1 El costo

“El costo se capitaliza al formar parte del producto y es un valor que se recupera en el momento en que este se vende. El costo es transferible al inventario de productos terminados”. (Lexus, 2013, pág. 312)

“El costo es la inversión que se hace de manera directa en el área de producción, por esta razón es un valor recuperable y si entra en los inventarios”.  
(Sarmiento, 2010, pág. 11)

El costo son aquellos valores necesarios para la elaboración del producto, por ende son recuperables debido a que van cargados al valor del producto final.

### **2.21.2 El gasto**

“El gasto es un valor no recuperable debido a que no forma parte del producto puesto a la venta. Los gastos se los encuentra reflejados en el estado de resultados”.  
(Lexus, 2013, pág. 312)

“El gasto es aquel rubro que se lo relaciona con el departamento administrativo, ventas y con los servicios financieros, por esta razón su valor no es posible registrarlo como inventario ni se lo puede recuperar”. (Sarmiento, 2010, pág. 11)

El gasto es la cuenta que se utiliza para cubrir los procesos administrativos de la empresa y por esta razón no son recuperables debido a que no son parte de la elaboración del producto y se los toma en cuenta en el estado de resultados, como un rubro más que disminuye las utilidades pero no deja de ser necesario.

### **2.21.3 Elementos del Costo**

Los elementos que conforman el costo son”.

*Cuadro Nro. 5**5 Elementos del Costo*

<b>ELEMENTOS</b>	<b>CONCEPTUALIZACION</b>
Materia Prima Directa	Es el material o materiales sobre los cuales se realiza la transformación, se identifica plenamente con el producto elaborado. Ejemplo en la industria textil el algodón, en la industria cervecera la cebada
Mano de Obra Directa	Es el salario que se paga a los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto. Ejemplo pago a obreros de planta
Costos indirectos de Fabricación	<p>Materiales indirectos.- Se denomina también m Materia prima directa o materiales o suministros. Son los materiales utilizados en el proceso productivo que no se identifica plenamente con el producto.</p> <p>Mano de Obra indirecta.- Es el sueldo o salario que se paga al personal que no interviene directamente en la fabricación del producto, pero sirve de apoyo indispensable en el proceso productivo. Ej. El pago a supervisores de planta, pago a personal de mantenimiento.</p> <p>Otros Costos Indirectos.- Son los egresos que se realizan por concepto de servicios correspondientes a la planta, tales como: seguros, arriendos, teléfonos, agua, luz, etc. También forman parte de este grupo la depreciación de los activos fijos de planta y la amortización de los gastos de instalación de la planta.</p>

(Cuevas, 2010, pág. 19)



**Para que un artículo sea producido o transformado, necesariamente debe contener los tres elementos del costo:** (Sarmiento, 2010)

***Materia prima directa:** Es considerado como el elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo este en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado.*

***Mano de obra directa:** Es la fuerza de trabajo humano que está en la creación del producto, es decir la forma de involucrarse los trabajadores en el proceso de producción, sea este manual o tecnificado o el manejo de la maquinaria.*

***Costos indirectos de fabricación:** Son considerados todos los gastos incurridos en la producción pero que no incurren en un gran gasto y son tomados en cuenta ni como materia prima, ni mano de obra.*

#### **LOS ELEMENTOS BASICOS DEL COSTO SON:**

**Materia prima:** Es el elemento básico para la elaboración del producto es el material principal para obtener el producto.

**Mano de obra:** Es la fuerza de trabajo que pone el recurso humano para elaborar el producto, este elemento aunque no sea el principal pero no deja de ser importante debido a que si no existe su intervención no podría avanzar el proceso.

**Costos indirectos de fabricación:** Son aquellos costos que no son tan significativos por esta razón se los agrupa en una sola cuenta la cual nos permite determinar el grado de influencia que este tiene al momento de la elaboración del producto.

## **2.22 Estados financieros**

### **2.22.1 Estado de situación financiera**

“Es un estado que refleja la situación financiera que guarda una empresa en un momento dado, no evalúa resultados, sino que manifiesta la posición que se tiene, que tan favorable es la situación en una fecha determinada”.

(Izar, 2013, pág. 14)

*El estado de situación financiera, también conocido como balance genera, presenta, en un mismo reporte, la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y financiamiento. Dicho estado incluye en el mismo informe ambos aspectos, pues se basa en la idea de que los recursos con que cuenta el negocio deben corresponderse directamente con las fuentes necesarias para adquirirlos. (Guajardo & Nora, 2014, pág. 48)*

Es el principal estado financiero, es el que resulta más fácil su interpretación que permite a los directivos de la empresa analizar de forma rápida los resultados de una empresa o la situación en la que se encuentra al inicio de sus actividades o de un determinado periodo contable, y así poder tomar decisiones para búsqueda de mejora continua o comprobar si se está realizando bien las actividades de la empresa.

### **2.22.2 Estado de resultados**

“Es un reporte de un periodo determinado de operaciones en el cual se plasman los resultados económicos que ha tenido la empresa”. (Izar, 2013, pág. 17)

*El estado de resultados, pretende determinar el monto por el cual los ingresos contables difieren de los gastos contables.*

*Al remanente se le llama resultado, que puede ser positivo o negativo, si es positivo se conoce como utilidad y si es negativo se determina pérdida. (Guajardo & Nora, 2014, pág. 46)*

El estado de resultados es el estado en el cual se determina las ventas netas, así como también los costos y gastos que se ha incurrido para poder determinar la utilidad neta del periodo económico en el cual se está realizando el cálculo.

### **2.22.3 Estado de flujo de efectivo**

*El estado de flujos de efectivo, anteriormente denominado estado de cambios de la situación financiera, a diferencia del estado de resultados, es un informe que desglosa los cambios de la situación financiera de un periodo a otro e incluye, de alguna forma, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida, la cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio. La formulación para determinar los cambios en la situación financiera, expresada en términos de efectivo. (Guajardo & Nora, 2014, pág. 49)*

“Es un estado útil para analizar si se cuenta con la disponibilidad los ingresos suficientes para efectuar los pagos que se tiene comprometidos en un periodo dado”. (Izar, 2013, pág. 18)

El estado de flujos de efectivo nos permite realizar un desglose en forma detallada de todos los cambios en la situación financiera de la empresa, tanto de ingresos y salidas de dinero.

## 2.23 Evaluadores financieros

### 2.23.1 Valor actual neto (VAN)

*Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener rentabilidad deseada u exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ellos el VAN de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero. (Sapag, 2011, pág. 300)*

*Este método descuenta todos los flujos de efectivo al valor presente, utilizando como tasa de descuento la tasa mínima de rendimiento aceptable que se determina a partir del rendimiento requerido por los accionistas y los acreedores de recursos con costos. (Ochoa, 2009, pág. 353)*

Es el evaluador que nos permite traer todos los valores futuros del proyecto a ejecutarse al a cual permite conocer si el proyecto será factible o no presente con una tasa de rendimiento que es la mínima l sin llegar a tener sobre estimaciones de los posibles ingresos o la rentabilidad que tendrá el mismo al momento de ejecutarse.

### 2.23.2 Tasa interna de retorno (TIR)

“Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que logre que el van sea igual a 0”. (Sapag, 2011, pág. 302)

“Es aquella tasa de descuento que hace que el valor presente de las entradas sea igual al valor presente de las salidas. También se puede decir que el TIR hace que el VAN sea cero”. (Ochoa, 2009, pág. 304)

Es el indicador que nos muestra en forma porcentual si el proyecto es factible o no se lo obtiene en el momento que el van de los flujos futuros del proyecto quede en cero, la toma de decisión a través del TIR se lo hace dependiendo de qué proyecto se esté ejecutando, mas no por el porcentaje alto o bajo que este tenga.

### **2.23.3 Periodo de recuperación**

“El periodo de recuperación de la inversión es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado”. (Sapag, 2011, pág. 307)

“El periodo de recuperación de la inversión de un proyecto indica cuanto tiempo es necesario para recuperar, por medio de los flujos de efectivo o entradas, los recursos invertidos al inicio del proyecto es decir la Inversión Inicial”. (Ochoa, 2009, pág. 353)

El periodo de recuperación de la inversión es un evaluador que permite determinar en cuanto tiempo el proyecto a ejecutarse pueda a través de sus flujos netos recuperar la inversión, es decir cubrir los costos en los que se incurre para poder hacer realidad un determinado proyecto.

### **2.23.4 Relación costo/beneficio (C/B)**

“La relación costo beneficio compara el valor actual neto de los beneficios proyectados con el valor actual neto de los costos incluida la inversión”. (Sapag, 2011, pág. 307)

“Para tomar la decisión final sobre una inversión determinada es necesario preguntarse si la suma de las ganancias individuales de todos los agentes involucrados directa e indirectamente, que sea mayor que los gastos realizados”. (Ortega, 2010, pág. 127)

Es la relación que se hace entre los costos de producción con los beneficios que se ha obtenido por la venta del mismo la forma más fácil de interpretar es cuando se obtiene el resultado y se conoce cuál es el beneficio que se obtiene por cada dólar invertido en la elaboración del producto.

### **2.23.5 Punto de equilibrio (PE)**

“Es el punto en el cual el volumen de ventas es igual a los costos totales, por lo tanto la empresa no genera ni utilidad ni pérdida.”

(Bravo, Contabilidad de Costos, 2009, pág. 291)

“El punto de equilibrio también llamado punto crítico, es el nivel de producción dentro del cual los ingresos que resultan de las ventas son exactamente necesarios para cubrir los costos de producción, administración y ventas”.

(Lexus, 2013, pág. 459)

Es el punto que da equilibrio al volumen deseado de ventas y de producción de una empresa el cual le permite a la empresa mantener sus operaciones sin llegar a tener ni pérdidas ni ganancias significativas.

### **2.24 Los pantalones jeans**

*El jean es uno de los géneros más conocidos en el campo de la moda, por su durabilidad, comodidad, resistencia, y por qué es una de las pocas prendas que han logrado uniformar al mundo entero. Perfectos tanto para el día como para la noche, las prendas de jeans constituyen una moda adaptable para toda ocasión.*

(Enriquez, 2013, pág. 1)

“El nombre, Jean, viene de la palabra Génova, por la tela dura y resistente loneta de color marrón con la que se confeccionaron los primeros pantalones. En otros lugares se lo conoce como pantalón confeccionado con tela vaquera”.

(wordreference, s/f)

Los pantalones jeans son los más conocidos en la actualidad y en los tiempos antiguos por su durabilidad y su resistencia. Las personas los prefieren por su adaptabilidad para cualquier ocasión en la que se los puede usar.

## **2.25 Historia del Jean**

*La historia de los jeans se remonta al siglo XIX en el año 1853, época de la fiebre del oro en las minas de la zona oeste de los EE.UU. Su creación es producto del ingenio de un vendedor de origen bávaro que con 23 años descubrió que la fortuna estaba allí para quien la busque. Se encontraba vendiendo, en las zonas mineras de los Estados Unidos, telas recias para la confección de carpas y toldos.*

*Las ventas del material eran muy escasas así que analizo el mercado que tenía y decidió que lo que realmente necesitaban aquellos hombres eran pantalones lo suficientemente fuertes como para aguantar los rigores de aquel trabajo extremo. Y es así que nacen los primeros jeans. El nombre, Jean, viene de la palabra Génova, y es que de allí era traída la tela, una dura y resistente loneta de color marrón con la que se confeccionaron los primeros pantalones.*

*Los primeros modelos, sencillos, amplios, con tirantes y color café, inspiraron a Levi Strauss y a Jacob Davis para que registraran como marca los primeros blue jeans que, desde entonces y fabricados ya no con tela de carpa sino con tejidos de algodón resistentes al uso y el abuso, entraron a formar parte de las costumbres de los norteamericanos. (enplenitud.com, s/f)*

*El jean comenzó siendo un pantalón rústico y durable inventado por Levi Strauss, para los mineros de California como la primera prenda hecha con denim en Estados Unidos. Levi nació en Alemania y fue uno de los europeos que atravesó el océano en el siglo XIX. En 1847, con 18 años de edad, llegó a Estados Unidos. Con la fiebre del oro se dieron cuenta que podía ganar más plata con su cuñado, David Stern, en insumos a los mineros, y así fue. Comenzó vendiendo carpas de lona a los buscadores de oro, pero esto no le funcionó. En 1853, Levi y su cuñado abrieron una tienda que vendía telas rústicas para toldos para carretas llamada Levi Strauss & Co. Ese mismo año, un buscador se acercó y les comentó lo que estaba necesitando, “pantalones u overolls, preferentemente hasta la cintura, prácticos y sólidos y con muchos bolsillos, ya que los pantalones que usamos no son resistentes”. Levi le prometió para esa misma tarde hacerle un par en tela marrón.*

*En 1860 se le agotó el stock por el éxito de ventas y mudó su negocio a Battery Street, encargando a New York el envío de más telas. Levi además recibió unos paquetes con una tela compacta, también muy sólida pero flexible, de color azul teñida con el añil Denim. (fido.palermo.net, 2011)*

La historia del jean se remonta al siglo XIX en los estados unidos al oeste de este país. La tela con la que se confeccionan los jeans al principio de la historia se la utilizaba para fabricación de carpas en los caminos, o como refugios para los mineros.

Hasta que cierto día a su creador se le ocurrió la idea de crear una prenda de vestir como lo es el pantalón jean que sea capaz de resistir el arduo trabajo al que lo someten los mineros y que sea resistente a las exigencias del entorno en el que se desmuelen.



Años más tarde después de comprobar la resistencia que estos tenían su creador fue moldeando nuevos modelos hasta llegar a crear el tradicional blue jean el cual se conoce en la actualidad y es el que mayor aceptación y preferencia de los compradores a través del tiempo y generación tras generación nunca dejaron de ser una tendencia a la hora de vestir a una persona.

## 2.26 Tipos de jeans

**Los jeans se clasifican de la siguiente manera:** (bromente.com, 2013)

- *Jeans: Los pantalones que combinan con todo, hasta con una corbata y un saco. Aunque los más comunes sean los rectos y algo ajustados, también hay de muchos tipos, depende el que te acomode.*
- *Pantalones anchos: Son poco comunes pero populares. Se conocen por algunas firmas como “baggy” y es un tipo de pantalón que cae bastante suelto, con la pierna algo más ancha de lo normal y con la cintura baja.*
- *Pantalones entubados o pitillo: Son populares en la actualidad.*
- *Pantalones de “pinza”: Un estilo de pantalón que se da mucho en los trajes y en los pantalones de vestir*

**Los jeans de acuerdo a su característica se clasifican de la siguiente forma:** (fashionblog, 2013)

- *Jeans acampanados o flared jeans: estos pantalones son los representantes de los años 70’s, su característica principal es que la parte final de las piernas se abre en forma de campana.*
- *Jeans pegaditos o skinny jeans: los famosos skinny jeans han sido una revolución, a pesar de que fueron la moda en los 60’s se dejaron*

*de ver por varias décadas hasta los últimos años volvieron en tendencia, siendo la opción que muchas mujeres toman, ten precaución, escoge la talla adecuada y analiza tu tipo de cuerpo ya que no es halagador para todos.*

- ***Jeans holgados o boyfriend jeans:*** literalmente vienen de la palabra boyfriend que significa novio, es decir estilo masculino, son muy holgados en la parte superior y más ajustados de la parte de las piernas, este da un look cómodo e informal, se recomienda con camisetas sencillas o una camisa para completar el look.
- ***Jeans de corte de bota o boot cut jeans:*** la parte de abajo se abre lo suficiente para que quepa una bota, es por eso su nombre, son los más comunes y cómodos, no se deben confundir con los acampanados ya que no tiene la abertura tan grande. Quedan casi con cualquier estilo de ropa.
- ***Pantalones rectos o straight jeans:*** los pantalones rectos están entre los skinny jeans y los de bota, su abertura de pierna cae en línea recta, dando un espacio cómodo en las piernas y buena forma a tu figura.

**Los jeans de acuerdo a su modelo se clasifican de acuerdo a las siguientes características:**

- **Jean entubado:** Es el más usado en la actualidad por que se usa con cualquier tipo de zapato.
- **Jean acampanado:** Se lo usa como otro tipo de moda lo cual también es uno de los que también tiene gran aceptación.
- **Jeans holgados:** Son aquellos jeans que se los usa más, buscando comodidad en las personas que lo usan se lo usa más en lugares de trabajo.

## 2.27 Tinturado

*El proceso de tinturado no solo consiste en aplicar color sobre la fibra sino en distribuirlo uniformemente a través de la misma y fijarlo lo más permanentemente posible. El proceso de tinturado se basa en la propiedad de algunas moléculas orgánicas de retener la luz en una determinada longitud de onda dentro del espectro visible.*

(Enriquez, 2013, pág. 62)

*El teñido de telas es un proceso que requiere el uso no solamente de colorantes y químicos, sino también de varios productos especiales conocidos como auxiliares de teñido. Estos materiales incrementan las propiedades de los productos terminados y mejoran la calidad del teñido, la suavidad, la firmeza, la textura, estabilidad dimensional, resistencia a la luz, al lavado, etc.*

*El proceso de teñido de telas comienza por preparar la tela para el teñido, y el primer paso es el descrude para sacar los aceites que se usaron para tejer. ¿Para qué se hace esto? Ya que el hilado es difícil de tejerlo en crudo, cuando lo van hilando se le colocan parafinas y aceites para luego poder tejerlo bien y que no haya fallas. Todos esos elementos externos que se le agregan perjudican a la tintura, ya que la mayoría producen alteraciones, y pueden aparecer manchas, por lo que hay que retirarlos al inicio del proceso. Luego se la enjuaga y se prepara el baño de tintura, que consiste en agua más auxiliar, como detergentes y otros elementos que hacen propicia la tintura. La temperatura también es importante, y se regula dependiendo el tipo de tela que se va a teñir, como también el tiempo y la velocidad de bajada de la temperatura. (tintoreriamaldonado, 2012)*

El proceso de tinturado de la tela permite darle una fijación a la tela, así como también una fijación y textura en la misma, además, le da un diseño y colores de acuerdo a las necesidades y gustos del comprador, también le da una gran resistencia a la luz y el lavado con detergentes.

## **CAPITULO III**

### **Estudio de Mercado**

#### **3.1 Presentación**

La ciudad de Atuntaqui parte del cantón Antonio Ante, es conocida por sus actividades textiles y comerciales que realizan. En los últimos años estas cifras han ido aumentando en forma notable, permitiendo a los productores textiles ofrecer mercadería de alta calidad y una oportunidad para poder expandirse e innovarse.

Este capítulo está basado en el análisis de la demanda, oferta, precios, competencia, entre otros. En lo referente a la realización de actividades productivas y de comercialización, pertenecientes al cantón.

El presente estudio de investigación tiene como objetivo principal, demostrar que el proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de pantalones jeans reversibles en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, es factible en los aspectos tanto económicos, sociales y ambientales, para lo cual se considera indispensable un análisis y conocimiento de los antecedentes del sector, con mayor énfasis la población local y visitantes que serán posibles compradores quienes podrán adquirir la producción realizada.

También se lo realiza con el propósito de conocer el comportamiento actual tanto de la demanda como de la oferta del producto en el mercado, además permite determinar las necesidades insatisfechas de los posibles consumidores.

## **3.2 Objetivos del Estudio de Mercado**

### **3.2.1 Objetivo General**

Realizar el estudio de mercado para identificar el posicionamiento del producto y el grado de aceptación que este tendrá.

### **3.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la demanda actual existente de pantalones jeans en la ciudad de Atuntaqui.
- Realizar el análisis de la oferta actual en el cantón y de oferentes externos para poder elaborar y comercializar el producto.
- Identificar las estrategias de comercialización, de los grandes productores de la ciudad de Atuntaqui.
- Determinar el número de personas que estarían dispuestos a comprar el nuevo producto.

## **3.3 Identificación del Producto**

El pantalón jean es conocido como la prenda de mayor aceptación en la actualidad, es sin duda uno de los elementos más populares y usados en la vestimenta de cualquier persona, sin diferenciar la clase social, estilo, creencia o ideología de las personas.

Los jeans pueden encontrarse en gran variedad de opciones y modelos por esta razón se lo reconoce como una de las prendas más adaptadas, trabajadas y diseñadas en los últimos años.

### 3.3.1 Características del Producto

El producto jeans reversibles que se desea comercializar, es un producto nuevo, convirtiéndose en una nueva alternativa de vestir, nos preparamos para poder presentar al mercado la nueva tendencia de la moda en la actualidad, con innovación y valor agregado en el producto.

El primer producto que la empresa presentara al mercado, serán los pantalones jeans elaborados con tela de la mejor calidad, cuyo diseño y costuras se realizaran de una manera especial y con la utilización de la más alta tecnología lo que permitirá al cliente lucir dos modelos de pantalón y colores en uno.

Se ha considerado que nuestro producto es muy innovador, debido que en nuestro medio no hemos podido disfrutar de los beneficios de la ropa reversible, por eso se intenta introducirlo al mercado. Se considera que traerá muy buenos resultados a las personas que lo usen y disfruten de los beneficios que ofrece el jean reversible.

Los jeans son una prenda que nunca pasara de moda y que con el pasar del tiempo van reinventándose con nuevos modelos. Por lo tanto la propuesta del jean reversible es tener por un lado el color básico del jean de textura normal sin tantos detalles que servirá al consumidor para las ocasiones más formales; y por el otro lado del pantalón encontraremos texturas más desgastadas y con colores más juveniles que podrán ser usados en ocasiones más informales.

Este producto va dirigido tanto para hombres como para mujeres y su creación es realizada con tecnología que permitirá tener gran comodidad a la persona que lo utilice, también cabe recalcar que el producto tendrá un lavado completamente diferente por cada lado.

Las ventajas del producto están principalmente constituidas por la reversibilidad, lo que lo hace diferente a los demás principalmente en la ciudad de Atuntaqui, también se puede resaltar que es una idea no explotada. Además que se debe tomar en cuenta que al ser una idea innovadora no se cuenta con mayor competencia, debido que no existen empresas que estén especializadas en la confección de prendas reversibles dentro de la Provincia y mucho menos en el cantón Antonio Ante.



### 3.4 Matriz de Relación de Estudio de Mercado

#### *Cuadro Nro. 6*

#### *6 Matriz de Relación de Estudio de Mercado*

<b>Objetivo</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Técnica</b>	<b>Población Objeto del Estudio</b>
Identificar y analizar la oferta para la elaboración y comercialización del producto	Oferta	-Productos similares -Número de locales que ofrecen jeans -Competencia Indirecta	-Primaria -Primaria -Primaria -Primaria	-Guía de observación -Guía de Observación -Entrevista	-Locales comerciales -Locales comerciales  -Habitantes y visitantes del cantón
Determinar el nivel de demanda del producto en el cantón Antonio Ante.	Demanda	-Nivel de aceptación -Precios -Gustos y preferencias -formas de pago	-Primaria -Primaria -Primaria -Primaria	-Encuesta -Encuesta -Encuesta -Encuesta	-Habitantes y visitantes del cantón -Habitantes y visitantes -Habitantes y visitantes
Identificar el lugar los medios de publicidad para el producto	Plaza Promoción	-Lugares de mayor afluencia de turistas -Medios de comunicación -Promociones y estrategias	Primaria  -Primaria  -Primaria	-Encuesta  -Encuesta  -Encuesta	-Habitantes y visitantes del cantón -Habitantes y visitantes del cantón -Habitantes y visitantes

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### **3.5 Estructura del mercado**

El mercado de la ciudad de Atuntaqui está formado en base a una competencia perfecta, debido a la existencia de empresas que comercializan todo tipo de productos textiles; pero la demanda de estos productos es muy alta por ser una ciudad netamente textil en la cual día a día se apertura nuevas micro y pequeñas empresas, talleres de confección y fabricación de prendas, y la introducción de nuevos productos al mercado anteño entre otros.

Nuestra empresa tendrá una ventaja competitiva en este mercado anteño, al momento de brindar un producto nuevo, novedoso e innovador y a buenos precios permitirá llamar la atención de los compradores dentro y fuera de la ciudad de Atuntaqui, y generar una nueva opción de compra para los visitantes y turistas.

#### **3.5.1 Segmentación de mercado**

El mercado para el cual está dirigido el producto jeans reversibles es para los habitantes de la ciudad de Atuntaqui, comprendidos en edades entre los 15 y 50 años y a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad. Los datos estadísticos de la población y los turistas se tomaron de la página oficial del INEC, y la página oficial del Gobierno Autónomo de Antonio Ante (GAD).

#### **3.5.2 Marco muestral o Universo**

La población que se ha tomado en cuenta para el presente estudio, es de la población total de Antonio Ante (43.518 Habitantes) el segmento de personas de entre 15 a 50 años que representan el 47.7%, dando como resultado (20.758 habitantes), y los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón anualmente que son alrededor de 284.000 de los cuales entran en el rango de edad favorable para el estudio un 8,33%, dando como resultado (23.667 Habitantes) que sumados a los habitantes locales forman un total de 44.425, de los cuales se ha extraído una

muestra de 380 para realizar la investigación y aplicación de las herramientas investigativas.

### 3.6 Tamaño de la Muestra

#### Donde:

Nivel de error 5%

n =Tamaño de la muestra	?
N =Tamaño de la población	44425
S2= Varianza	0,5
Z= Nivel de confianza	1,96
e= Nivel de error	0,05

$$n = \frac{N * S2 * Z^2}{(N - 1) E^2 + S2 * Z^2}$$

$$n = \frac{(44425) * (0,5)^2 * (1,96)^2}{(44425 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = 381$$

### 3.7 Metodología de la Investigación

Con el objetivo principal de realizar el estudio de mercado para lograr la determinación de la oferta y la demanda, se requiere de la aplicación de las siguientes técnicas de recolección de datos tales como: observación directa o guía de observación y encuestas.

### **3.7.1 Observación directa o guía de observación**

Se realizará la observación directa mediante un recorrido a todas las empresas textiles del cantón en especial a las dedicadas a la venta de productos similares, de esta manera se podrá determinar el comportamiento de los clientes, así también como la estructura organizacional de cada uno de los negocios ya establecidos en el cantón Antonio Ante.

### **3.7.2 Encuesta**

Las encuestas se las realizará a los habitantes y visitantes del cantón Antonio Ante que se encuentran entre la edad ya establecida en la segmentación de mercado.

### **3.7.3 Entrevista**

La entrevista será realizada a los comerciantes dedicados, a la actividad del comercio de pantalones jeans en el cantón Antonio Ante y así identificar las preferencias, formas de compra y lugares de los cuales traen el producto para su comercialización.

### 3.8 Levantamiento de la Información

#### Resultados De La Tabulación De Las Encuestas

#### PREGUNTAS Véase Anexo A

#### Genero

#### Cuadro Nro. 7

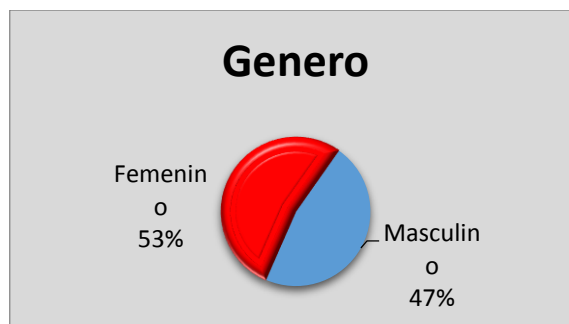
#### 7 Genero

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Masculino	178	47%
Femenino	202	53%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

#### Grafico Nro. 2

#### 2 Genero



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

#### Análisis

De acuerdo con la muestra tomada de la población del cantón Antonio Ante se puede evidenciar que tanto hombres como mujeres prefieren usar jeans, esto nos permite evidenciar que se puede elaborar un producto que este dirigido para los dos géneros y se tendrá una buena aceptación.

## Edad

### Cuadro Nro. 8

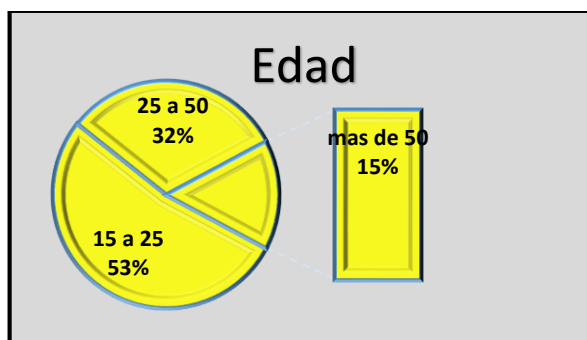
#### 8 Edad

Edad	FRECUENCIA	PORCENTAJES
15 a 25	201	53%
25 a 50	120	32%
más de 50	59	16%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### Grafico Nro. 3

#### 3 Edad



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## Análisis

En el presente estudio de mercado del lanzamiento del nuevo producto como son los jeans reversibles, es necesario conocer a que segmento de mercado nos estamos enfocando y cuáles serán los potenciales clientes se ha logrado determinar las personas que se encuentran en un rango de edad de 15 a 25 años, los que tiene una mayor preferencia de conocer el nuevo producto; la población de edad adulta también lo prefieren en una gran cantidad más no así los pobladores adultos mayores que en un pequeño porcentaje están interesados.

## 1.- ¿Qué tipo de ropa usted usa?

### *Cuadro Nro. 9*

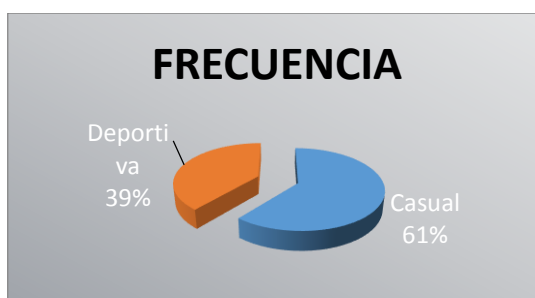
#### *9 Tipo de ropa que usan*

TIPO DE ROPA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Casual	232	61%
Deportiva	148	39%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Cuadro Nro. 4*

#### *4 Tipo de ropa que usan*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## **Análisis**

De la muestra tomada para la investigación se ha podido determinar que la mayoría de las personas se inclinan por el uso de prendas de jean, por condiciones de trabajo o sea por comodidad.

## 2.- ¿Usted usa jeans?

### *Cuadro Nro. 10*

#### *10 Uso de Jean*

USA JEAN	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	380	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Grafico Nro. 5*

#### *5 Uso de jean*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## **Análisis**

Dentro del lugar que se ha realizado la encuesta se evidencia que todas las persona encuestadas alguna vez si han utilizado una de estas prendas, tiene una gran aceptabilidad entre los pobladores sin importar su edad o género.



### 3.- ¿Qué marca de jeans usted prefiere?

#### *Cuadro Nro. 11*

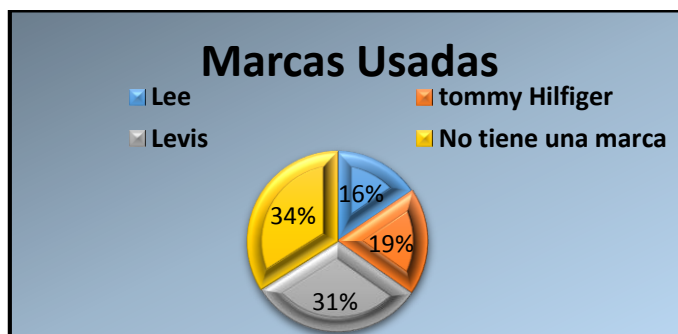
#### *11 Marcas de preferencia*

MARCAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Lee	59	16%
tommy Hilfiger	73	19%
Levis	119	31%
No tiene una marca	129	34%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

#### *Grafico Nro. 6*

#### *6 Marcas de preferencia*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### **Análisis**

Al momento de comprar una prenda de vestir es muy importante para algunas personas la marca de su preferencia, el prestigio que la misma ha ganado en el mercado hace que esta sea más buscada y tenga una mayor aceptación.

#### 4.- ¿Al momento de comprar un jean que aspecto toma en cuenta?

##### *Cuadro Nro. 12*

##### *12 Aspectos a tomar en cuenta para comprar un Jean*

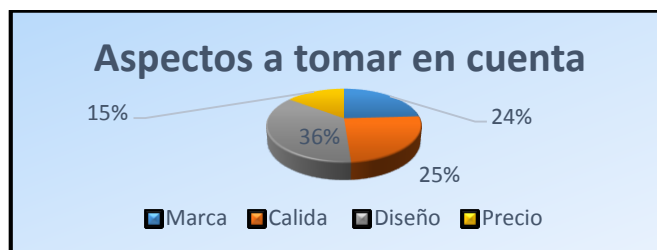
ASPECTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Marca	151	40%
Calidad	155	41%
Diseño	228	60%
Precio	93	24%
<b>Total</b>	<b>627</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

##### *Grafico Nro. 7*

##### *7 Aspectos a tomar en cuenta para comprar un Jean*



Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### **Análisis**

Al momento de comprar un producto existen varios aspectos a ser considerados, entre estos tenemos la marca, calidad el diseño y el precio son características fundamentales de cumplir para poder tener una buena aceptación del cliente, es por eso que al preguntar al cliente no existe una inclinación por uno en especial sino que todos son importantes y es necesario cumplirlos.

## 5.- ¿En qué lugares usted compra?

### Cuadro Nro. 13

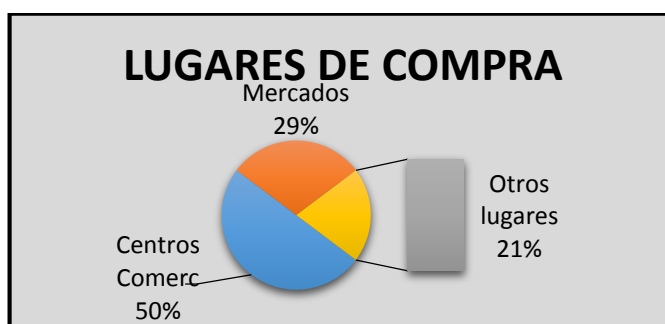
#### 13 Lugares de compra

LUGAR DE COMPRA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Centros Comer	190	50%
Mercados	112	29%
Otros lugares	78	21%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### Grafico Nro. 8

#### 8 Lugares de compra



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## Análisis

El lugar de compra de un producto es muy importante, por esta razón en la investigación se ha determinado que la mayoría de personas buscan comprar los productos en los centros y locales comerciales, a diferencia de los mercados y otros lugares, esto se debe a que en los locales comerciales brindan mayor seguridad y pueden observar el producto de mejor manera.

## 6.- ¿Con que frecuencia usted compra una prenda jean?

### *Cuadro Nro. 14*

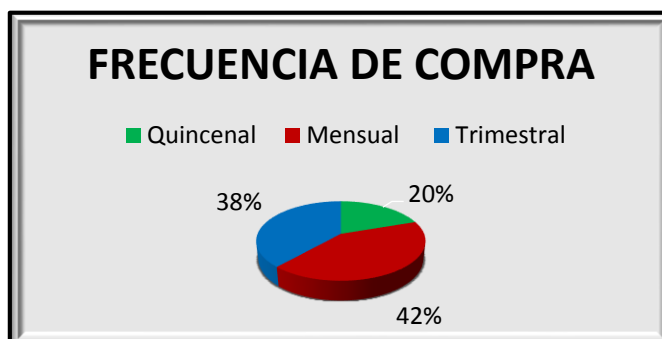
#### *14 Frecuencia de compra*

PERIODO	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Quincenal	75	20%
Mensual	159	42%
Trimestral	146	38%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Grafico Nro. 9*

#### *9 Frecuencia de compra*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## **Análisis**

El periodo de compra de un pantalón entre los habitantes de nuestra Provincia es muy largo, lo cual muestra que el proyecto necesitara de muchos más clientes para poder vender el producto y satisfacer las ventas requeridas, para poder cumplir con los requerimientos de ingresos y cubrir los costos y gastos operacionales.

## 7.- ¿Cuánto suele gastar al momento de comprar un jean?

### *Cuadro Nro. 15*

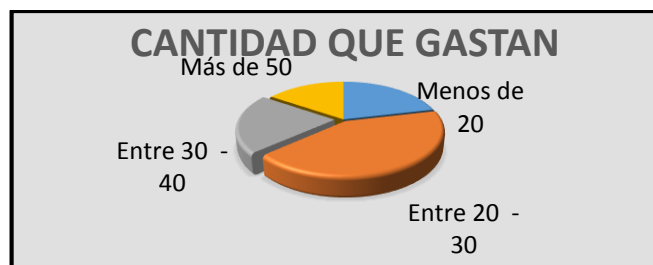
#### *15 Cuanto gastan comprando jeans*

DOLARES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Menos de 20	81	21%
Entre 20 - 30	160	42%
Entre 30 - 40	80	21%
Más de 50	59	16%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Grafico Nro. 10*

#### *10 Cuanto gastan comprando jeans*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### **Análisis**

Según la muestra que se ha tomado en cuenta para la encuesta se ha podido evidenciar, que la mayoría de personas encuestadas gastan entre \$20 y \$30 en la compra de un jean aunque existen otras cantidades que son menores o superiores si se demuestra la utilidad del producto nuevo se podrá lograr que el cliente se incline por adquirirlo.

## 8.- ¿Estaría dispuesto a comprar un jean reversible?

### *Cuadro Nro. 16*

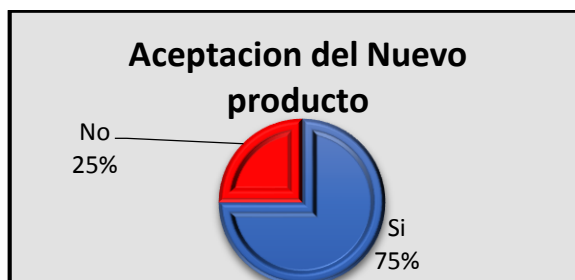
#### *16 Compraría un jean reversible*

COMPRARIA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	285	75%
No	95	25%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Grafico Nro. 11*

#### *11 Compraría un jean reversible*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## **Análisis**

Según el resultado obtenido la mayoría de personas están dispuestos a comprar el nuevo producto, por varios aspectos como son la innovación de el mismo ellos están dispuestos a consumirlo, pero otra parte han tenido una respuesta negativa debido al desconocimiento de lo que se le está preguntando, y no se convencen en realidad hasta no ver el producto terminado y su utilidad que puede tener.

## 9.- ¿Cuántos jeans estaría dispuesto comprar al mes?

### *Cuadro Nro. 17*

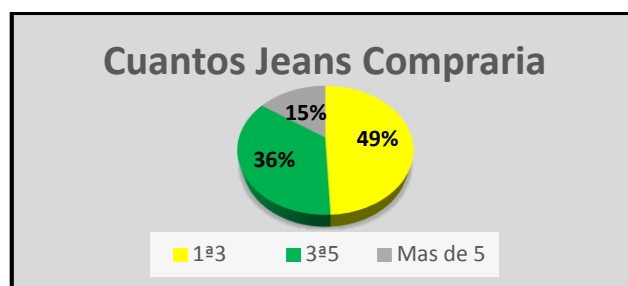
#### *17 Cuantos jeans reversibles compraría*

# DE UNIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
<b>1ª3</b>	187	49%
<b>3ª5</b>	135	36%
<b>Más de 5</b>	58	15%
<b>TOTAL</b>	380	100%

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Grafico Nro. 12*

#### *12 Cuantos jeans reversibles compraría*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## **Análisis**

De acuerdo a la economía de las personas del nuestro cantón, se ha podido evidenciar que la mayoría no está en capacidad de adquirir más de 3 pantalones al mismo tiempo, pero se puede reconocer que existe una buena aceptación para el nuevo producto y que una gran cantidad de personas comprarían entre 1 y 3 pantalones.

## 10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un precio reversible?

### *Cuadro Nro. 18*

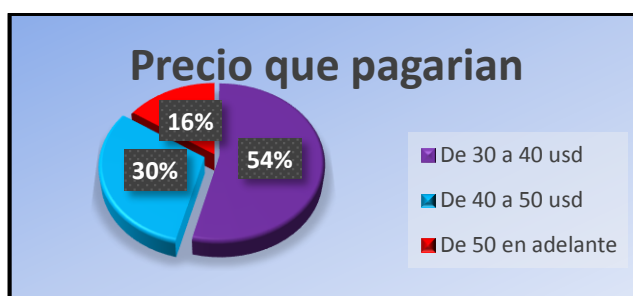
#### *18 Precio que pagarían por un jean reversible*

DOLARES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
De 30 a 40	205	54%
De 40 a 50	116	31%
De 50 en adelante	59	16%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Grafico Nro. 13*

#### *13 Precio que pagarían por un jean reversible*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### **Análisis**

La mayoría de las personas se ha inclinado por el precio de la nueva prenda más bajo, esto se da por las condiciones económicas actuales buscan productos más económicos, pero el producto que se ofrecerá será un producto de alta calidad que no tendrá problemas entre los clientes para que lo puedan pagar su precio.



## 11.- ¿Dónde le gustaría encontrar estas prendas?

### *Cuadro Nro. 19*

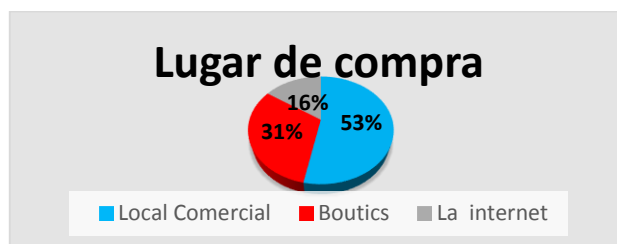
#### *19 Lugar donde quisiera comprar*

LUGAR DE COMPRA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Local Comercial	202	53%
Boutics	119	31%
La internet	59	16%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### *Grafico Nro. 14*

#### *14 Lugar donde quisiera comprar*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## **Análisis**

Las personas encuestadas del cantón Antonio Ante han determinado que el lugar más confiable y accesible para poder comprar un nuevo producto, es en los locales comerciales o en centros comerciales pero sin descartar la posibilidad de que otra parte si lo prefiera por medio de internet o en las boutiques exclusivas de su preferencia.

**12.- ¿A través de qué medios le gustaría enterarse las novedades de esta prenda?**

*Cuadro Nro. 20*

*20 Medios para dar a conocer el producto*

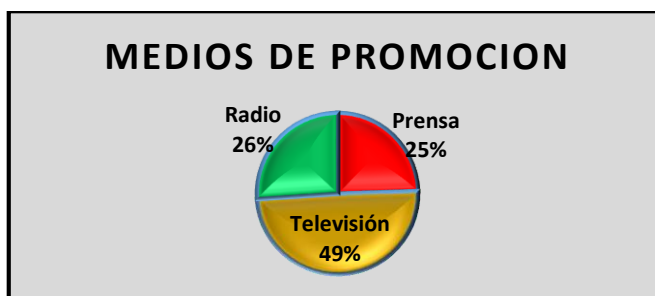
PUBLICIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Prensa	93	24%
Televisión	188	49%
Radio	99	26%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

*Grafico Nro. 15*

*15 Medios para dar a conocer el producto*



Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### **Análisis**

En las encuestas realizadas a la población de Antonio Ante se ha podido determinar, que la mayoría de personas prefieren que el medio de publicidad del nuevo producto y su fácil acceso a la información acerca del nuevo producto se ha determinado que el medio más favorable es por la televisión porque es más fácil identificar y observar para una mejor apreciación.

### 3.9 Análisis de la Demanda

EL análisis de la demanda es uno de los puntos indispensables en el presente estudio, debido que de esta manera se podrá determinar la cantidad, atributos y características con las que debe contar el producto final para que los posibles compradores lo conozcan y lo puedan adquirir.

#### 3.9.1 Demanda Actual

De acuerdo al análisis realizado en la segmentación de mercado, la población tomada en cuenta para el presente estudio es de 15 a 50 años que representan el 47,7% representando 20758 Habitantes del total de la población del Cantón Antonio Ante. Así también se ha tomado en cuenta los visitantes y turistas nacionales y extranjeros que acuden al cantón, representando 23667 personas.

#### *Cuadro Nro. 21*

##### *21 Demanda total*

<b>Universo</b>	44425
<b>% de Aceptación</b>	75%
<b>Subtotal</b>	33318
<b>%Personas que actualmente usan jeans</b>	100%
<b>Total Demanda</b>	33318

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

#### 3.9.2 Proyección de la demanda

Para poder determinar la demanda futura debido a que no se cuenta con datos históricos en el cantón, por ser un producto nuevo se ha tomado en cuenta el método

de crecimiento exponencial, para lo cual la tasa de crecimiento del cantón Antonio Ante es de 2.54% fuente INEC 2010, y se aplicara la siguiente formula.

$$D_n = D_o(1 + i)^n$$

**Donde**

$D_n$  = Demanda Futura ?

$D_o$  = Demanda determinada por las encuestas 33318

$i$  = Tasa de crecimiento 2,54%

$n$  = Años Proyectados 5 Años

Para determinar la demanda de pantalones jeans se ha tomado los siguientes datos:

**Cuadro Nro. 22**

**22 Calculo demanda**

Parámetros	Valor
Demanda	33318
Tasa de crecimiento de Antonio Ante	2.54%
Tiempo de proyección de la demanda	5 años

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

$$D_n = 33318(1 + 0.0254)^5$$

$$D_n = 34164$$

**Cuadro Nro. 23****23 Demanda Proyectada**

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>
1	34164
2	35032
3	35922
4	36834
5	37770

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

**3.10 Análisis de la Oferta**

Mediante el estudio y análisis detallado de la oferta se podrá identificar a los competidores, y la influencia del que tendrá el proyecto en el área establecida, así como los factores que puedan afectar la propuesta del proyecto.

**3.10.1 Instrumentos aplicados (La Entrevista y Guía de Observación)****3.10.1.1 Entrevista dirigida a vendedores de jeans****Entrevista****1.- ¿De dónde son sus proveedores?**

Los pantalones jeans que son comercializados en el cantón Antonio Ante son traídos de la ciudad de Pelileo, también de Colombia, Perú y otras industrias cerca de la frontera.

**2.- ¿Qué cantidad de pantalones traen cada vez que requieren?**

Los vendedores de jeans del cantón traen cada 15 días aproximadamente entre 3 a 5 docenas de pantalones.

**3.- ¿Cuáles son los principales compradores los locales o los turistas?**

Los compradores de los pantalones se dividen en forma igual, porque cuando hay ferias o los fines de semana los turistas compran más que los habitantes locales pero en otras épocas la mayoría de compradores son locales.

**4.- ¿Cuál es el mercado de mayor demanda masculino o femenino?**

No se puede determinar de manera tan fija porque es casi igual tanto hombres como mujeres tienen preferencia por comprar los jeans.

**5.- ¿Cómo considera usted los precios de los pantalones jeans que comercializa?**

Los pantalones de industria nacional son un poco más costosos en especial los de Pelileo, pero son más accesibles en sus precios los que se traen de Perú y cerca de la frontera.

**6.- ¿Qué aspectos considera usted para comprar los pantalones?**

Para escoger los pantalones más adecuados se considera, que tengan una gran cantidad de diseños, que estén hechos con materiales de calidad y los precios no sean tan altos para poder tener una ganancia.

**7.- ¿Usted estaría dispuesto a tener un proveedor local de pantalones jeans?**

Sería bueno que exista un proveedor local porque se ahorraría tiempo, y si el producto es de calidad se podría distribuir en el mercado local y también se ahorraría en los costos de transporte, que influyen en el encarecimiento del producto que se vende.

### 8.- ¿Estaría dispuesto a comprar pantalones jeans reversibles para aumentar la variedad de productos en su negocio?

Estaría dispuesto a comprar si el producto es de calidad y el precio no se sale de la realidad del mercado local. Porque existe mucha gente que busca siempre algo novedoso y nuevo para comprar.

#### 3.10.1.2 Guía de Observación a negocios de la ciudad de Atuntaqui

*Cuadro Nro. 24*

*24 Guía de observación*

<b>Indicadores</b>	<b>Muchos</b>	<b>Regular</b>	<b>Pocos</b>
Negocios que ofrecen jeans en la ciudad de Atuntaqui			X
Todos los jeans que ofrecen son traídos de otros lugares	X		
Tienen una variada cantidad de jeans para satisfacer la demanda requerida			X
	<b>Alto</b>	<b>regular</b>	<b>Bajos</b>
Precios de los pantalones jeans en los locales comerciales	X		
Número de personas que compran el producto en los locales			X
	<b>Buena</b>	<b>Regular</b>	<b>Mala</b>
Tipo de servicio que ofrecen en los locales comerciales		X	
Calidad del producto que ofrecen		X	

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### **3.10.1.3 Análisis de la Guía de Observación**

#### **Negocios que Ofertan**

En la parte central del cantón Antonio Ante donde se encuentran concentradas la mayor cantidad de empresas textiles y sus locales comerciales, se ha podido evidenciar que muy pocas de ellas ofrecen productos como es el jean, la mayoría de estas se dedican a la elaboración de productos hechos a base de tela e hilo mas no con el material jean.

#### **Lugar de donde traen el jean**

De los pocos locales comerciales que ofertan jeans en el cantón Antonio Ante ninguno de ellos se dedica a la producción en sus propias plantas, todas ellas traen los jeans de otros lugares tales como Pelileo, Colombia, Quito y hasta de Perú donde si existen empresas dedicadas a la producción de estos productos.

#### **Variedad de jeans que ofertan**

De acuerdo a la observación directa que se realizó a los locales comerciales del Cantón, se ha podido determinar que no existe una gran variedad de jeans capaces de satisfacer necesidades del comprador, y el producto es de relleno y solo lo ofrecen como un artículo más.

#### **Precios que ofrecen**

En los locales comerciales lo que se ha podido evidenciar es que los precios del pantalón jean son altos, debido a que estos no producen el jean en las fábricas textiles del cantón y tienen que traer de otros lugares, y también el costo del producto al encontrarse en un almacén hacen que sea ofertado al público a precios muy elevados.



### **Personas que compran**

De acuerdo a la guía de observación realizada se ha podido evidenciar que la mayoría de personas que quieren adquirir un jean, no acuden a los pocos locales comerciales que distribuyen jeans en el cantón sino que prefieren adquirirlos en mercados o en locales existentes, o en otros cantones en especial en la ciudad de Ibarra por los precios más accesibles.

### **Tipo de servicio**

El tipo de servicio que ofrecen en los locales comerciales del cantón se ha evidenciado, que el tipo de trato que le dan al cliente es regular debido que no existen vendedores lo suficientemente capacitados para realizar esta actividad.

### **Calidad del producto**

Los productos que ofrecen en los locales del cantón son de una calidad relativamente buena, porque son traídos de ciudades productoras de jeans y muy reconocidas lo que lo hacen de una mayor exigencia para los compradores es el alto precio al que lo ofrecen por ser traídos de otros lugares fuera de la Provincia.

#### **3.10.2 Oferta actual**

Para poder determinar la oferta de pantalones que existe en el mercado local, se ha realizado la investigación de la producción anual de jeans en la principal ciudad del país que se dedica a esta actividad, como es San Pedro de Pelileo en la cual se ha tomado en cuenta el promedio de docenas producidas al año y las cifras de producción de las principales empresas productoras de jeans (DEXTEX, GT jeans Familia, Kara jeans, Karitex, Sofi jeans, Rod Par, Bia Razzyt, Usual Jean, Distribuidora Samaniego, Gamoliel) en la ciudad de Pelileo.

### 3.10.2.1 Producción de jeans principales Industrias de Pelileo

*Cuadro Nro. 25*

#### *25 Producción de jeans en pelileo en docenas*

<b>Empresas</b>	<b>Numero de Docenas</b>
GT Jeans Family	105000
DEXTEX CIA. LTDA.	92600
Kara jeans	92400
Karitex	101000
Sofi jeans	97000
Rod Par	104000
Bia Razzyt	96000
Usual Jean	102000
Distribuidora Samaniego	98000
Gamoliel	98500
<b>Promedio de producción de jeans en docenas</b>	<b>98650</b>

Fuente: Principales Empresas Pelileo

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### 3.10.2.2 Distribución de la producción

*Cuadro Nro. 26*

#### *26 Distribución de la producción*

<b>Provincias de destino</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Numero en docenas</b>
Mercado local y principales ciudades (Quito, Guayaquil, Cuenca)	44%	43406
Provincias Cercanas	26%	25649
Otras Provincias	16%	15784
Provincias Fronterizas	8%	7892
Exportación	6%	5919

Fuente: Distribución producción de Pelileo

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

De acuerdo a lo demostrado en el cuadro anterior se puede determinar, que ha nuestra Provincia le corresponde el 16% perteneciente a 15784 docenas de la producción promedio de jeans en la ciudad de Pelileo.

De los cuales al Cantón Antonio Ante le pertenecen 1720 docenas, tomando en cuenta que el cantón Antonio Ante representa el 10.89% de la Provincia, cada año esto representan 20640 unidades.

### **Mercadería Importada y producción Local**

La comercialización de jeans dentro del cantón Antonio Ante no solo cuenta con el abastecimiento de productores de Pelileo, sino que también se obtiene el producto de países fronterizos como lo es Perú y en una mayoría de Colombia, en promedio se conoce que cada mes pueden llegar a traer en un promedio de 30 docenas que cada año daría un aproximado de 4000 unidades.

También se ha tomado en cuenta la producción en la provincia, esta es escasa pero encontramos a Impacto Jean como productora, esta empresa la mayoría de su producción lo destinan a vender en sus propios locales, y un porcentaje bajo lo venden a comerciantes de otros cantones y provincias que en promedio son 15 docenas mensuales que cada año representan 2000 unidades para los vendedores del cantón Antonio Ante.

#### **3.10.3 Proyección de la Oferta**

Para determinar la proyección de la oferta del producto se utilizó la tasa de crecimiento anual del producto interno bruto, que representa el 4,8% y la determinación de la oferta actual se la realizó de acuerdo a los indicadores de producción anual de las principales empresas productoras de la ciudad de Pelileo, producción local e importación de Colombia, y se ha obtenido una oferta en el cantón Antonio Ante de 26640 unidades al año.

**Para lo cual se utilizó la siguiente formula:**

$$O_n = O_i(1 + i)^n$$

**Donde**

$O_n$  = Oferta futura

$O_i$  = Oferta determinada en el cantón      26640

$i$  = Pib tasa de crecimiento                      4,8%

$n$  = Años Proyectados                              5 años

**Cuadro Nro. 27**

**27 Proyección de la oferta**

<b>Año</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
1	27919
2	29259
3	30663
4	32135
5	33678

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### **3.10.4 Demanda Insatisfecha**

La demanda insatisfecha se ha podido determinar, de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los pobladores y visitantes del cantón Antonio Ante, y de acuerdo a la oferta de jeans que se ha determinado del porcentaje de la producción de la ciudad de Pelileo y de Países fronterizos, que llega a nuestra Provincia específicamente en nuestro cantón, se ha podido evidenciar que existen una cantidad considerable de clientes, que excede la preferencia de uso de jeans en relación al análisis de la oferta determinada. Aun que un aspecto a tomar en cuenta es también que los proveedores de jeans no solo son de Pelileo sino que, otros traen

de otras ciudades fronterizas o de algunas de producción local pero estas no son tan influyentes como las antes mencionadas.

### ***Cuadro Nro. 28***

#### ***28 Demanda Insatisfecha***

<b>Año</b>	<b>Proyección de demanda de jeans</b>	<b>Proyección de la oferta de jeans</b>	<b>Demanda potencial insatisfecha</b>
2015	34164	27919	6245
2016	35032	29259	5773
2017	35922	30663	5259
2018	36834	32135	4699
2019	37770	33678	4092

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### **3.11 Demanda a captar por el proyecto**

Para determinar la capacidad del proyecto se debe tomar en cuenta la capacidad operativa y administrativa del mismo, se lo podrá evidenciar de manera más detallada en el capítulo IV, así como también la existencia de mercados a sustituir lo cual se ha determinado del nivel de aceptación que podría tener el producto jean reversible ante los compradores, se pudo determinar que es el 75%, pero se ha decidido por los factores antes mencionados que se realizara una producción para el primer año del 15% del porcentaje de aceptación obtenido en las encuestas.

De esta manera aproximadamente la empresa, producirá 4200 unidades anuales, y con una proyección creciente, para los siguientes años del 4,8% según el crecimiento anual del producto interno bruto.

**Cuadro Nro. 29****29 Proyección de producción anual del proyecto**

<b>Producción mensual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
350	4200	4402	4613	4834	5066

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**3.12 Conclusiones del estudio**

Mediante la investigación realizada en el estudio de mercado se ha llegado a la conclusión, que es necesario sacar al mercado anteño un nuevo producto como lo es el jean reversible debido que la oferta actual es innecesaria para satisfacer la demanda en el cantón, tanto para los habitantes locales así como también turista nacionales y extranjeros que visitan el cantón.

El principal aspecto a considerar en el estudio es la no presencia de una empresa que esté dedicada a la producción y comercialización de jeans, en el cantón ni siquiera en la Provincia es por este motivo que se ha determinado la oportunidad de implementar el proyecto. Pero también existen cantidades de producto que llegan de otros lugares en volúmenes considerables por lo que es necesario como empresa ofrecer un producto de alta calidad y a un precio que sea accesible, pero de manera indispensable se debe hacer notar al comprador los beneficios que este producto ofrece a quienes lo están comprando.

## **CAPITULO IV**

### **Estudio Técnico**

#### **Introducción**

El estudio técnico tiene como finalidad analizar la factibilidad del proyecto, determinando la localización y ubicación óptima, de acuerdo con el recurso económico, el entorno social y los requerimientos de infraestructura para llevar a cabo, este capítulo contiene una descripción detallada de todos los implementos necesarios para poder iniciar las actividades de la empresa.

#### **4.1 Localización óptima del proyecto**

En este capítulo se analizará tanto la localización micro como también la localización macro del proyecto en todos sus aspectos más relevantes.

##### **4.1.1 Macro localización**

El presente proyecto estará localizado en la Provincia de Imbabura cantón Antonio Ante, a 12 Km al Sur Oeste de Ibarra y al Noroeste del Imbabura, cabecera cantonal de Atuntaqui, tiene una altura de 2.360 metros cuenta con un clima templado seco que goza de una temperatura de 18°C, tiene una superficie de 78,26 km cuadrados y sus límites son:

**Cantón:** Antonio Ante

**Provincia:** Imbabura

**Situación:** Noroeste de la Provincia de Imbabura

## Límites

**Norte:** Cantón Ibarra

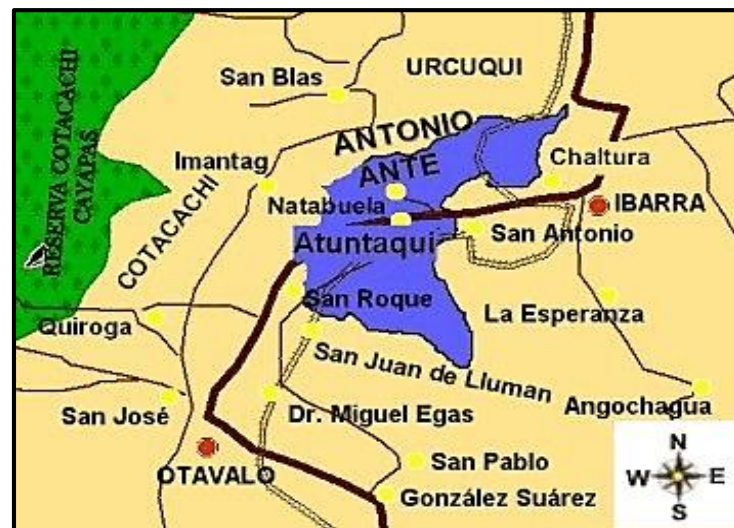
**Sur:** Cantón Otavalo

**Este:** Cerro Imbabura

**Oeste:** Cota cachi y Urcuqui

### Figura Nro. 1

#### 1 Ubicación de Antonio Ante



Fuente: Google imágenes  
Año 2015

#### 4.1.2 Micro localización

Para la ubicación del local comercial de la empresa de jeans reversibles, se tiene las siguientes opciones para el arriendo del local:

- A. Cantón Antonio Ante, Parroquia de Atuntaqui, calle General Enríquez y Gonzales Suarez a una cuadra del parque central.



- B. Cantón Antonio Ante, Parroquia Atuntaqui, Calle Río Amazonas y Pérez Muñoz a una cuadra del mercado.

#### 4.1.3 Ubicación de la Planta

Para la ubicación de la planta del proyecto la principal opción es:

- A. Cantón Antonio Ante Parroquia de San José, Barrio La dolorosa.  
B. Cantón Antonio Ante Parroquia de San José, Barrio Santa Rosa del Moras.

#### 4.1.4 Matriz de Evaluación de Factores

Para poder evaluar si la ubicación de los lugares donde se va a ubicar tanto la planta como el local de ventas del proyecto, se va analizar algunos factores que permitirán determinar el lugar más óptimo para la ubicación.

#### *Cuadro Nro. 30*

#### *30 Escala de evaluación*

<b>Indicador</b>	<b>Valoración</b>
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

Para la ubicación del local de venta se analizaron dos lugares ubicados cerca del centro de la ciudad de Atuntaqui, el cual será arrendado para poder realizar la distribución del producto, este lugar necesariamente tienen que estar cerca de la zona comercial de la ciudad donde se pueda dar a conocer de mejor manera el producto.

**Cuadro Nro. 31****31 Matriz de factores ubicación del local**

<b>Factores</b>	<b>Opción A</b>	<b>Opción B</b>
Buena ubicación comercial	3	3
Vías de llegada adecuadas	3	3
Menor congestión en el tránsito	3	2
Acceso a servicios básicos	3	3
Menor competencia	3	2
Facilidad para obtención de permisos municipales	3	2
Menor contaminación auditiva y ruidos	3	2
<b>Total de Factores</b>	<b>21</b>	<b>17</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

De acuerdo a la evaluación de los factores planteados se ha podido determinar que los dos lugares planteados son factibles, pero con una poca ventaja se inclina por uno en especial es necesario elegir un solo lugar así que para el local de ventas del proyecto se tomara la opción A.

Para la ubicación de la planta y el área administrativa de la empresa de jeans reversibles se ha tomado en cuenta dos lugares en el área rural del cantón, para evitar los inconvenientes en aspectos legales en especial los ambientales, los terrenos para la ubicación de la planta son propios.

*Cuadro Nro. 32**32 Matriz de evaluación ubicación de la planta*

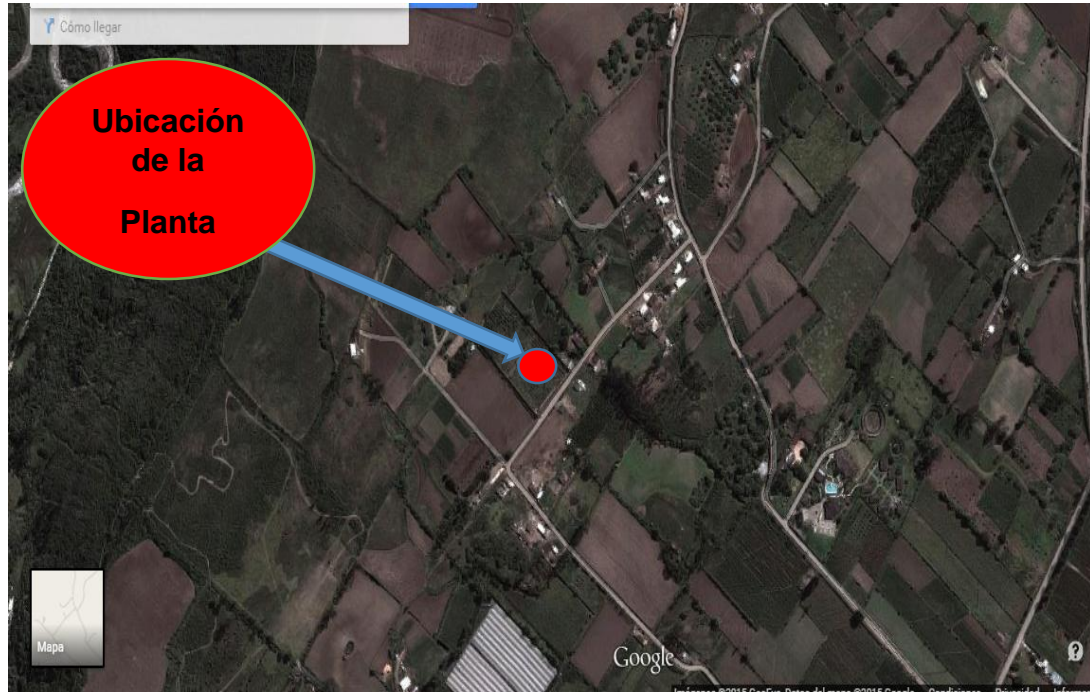
<b>Factores</b>	<b>Opción A</b>	<b>Opción B</b>
Vías de acceso	1	3
Servicios Básicos	1	2
Mejor ubicación y referencias para llegar	2	3
Transporte público al servicio cerca de la planta	3	3
Mejor ambiente, entorno adecuado para empleados y trabajadores	2	3
Recolección de basura y desechos	2	3
Lugar adecuado para el tratamiento y manipulación de productos contaminantes	2	3
Menor contaminación auditiva para vecinos por parte de la planta	3	2
<b>Total de Factores</b>	<b>16</b>	<b>22</b>

Elaborado por: Adrián Guzmán  
Año: 2015

Para la ubicación de la planta también se ha tomado en cuenta dos lugares y de acuerdo al análisis de los factores, de acuerdo a lo que resulte más conveniente para el buen funcionamiento de la planta es el la opción B la más viable.

## **Figura Nro.2**

### **2 Micro localización del Proyecto**



Fuente: Google Mapas  
Año 2015

## **4.2 Tamaño del proyecto**

Para poder determinar el tamaño del proyecto es necesario el análisis de diferentes factores, que influyen en el desenvolvimiento de las diferentes actividades y el desarrollo adecuado requerido por la empresa.

### **4.2.1 Factores condicionantes del tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto es determinado por algunos factores que permiten determinar a breves rasgos el buen desenvolvimiento de la empresa, y su desarrollo entre los que encontramos los siguientes: demanda, tecnología, financiamiento.

#### **4.2.1.1 La demanda**

La demanda es uno de los factores más importantes que se debe tomar en cuenta en el estudio realizado de un proyecto, por esta razón se ha determinado de acuerdo al estudio de mercado la posibilidad de introducir al mercado anteño el nuevo producto, por la aceptación que se tendrá por parte de las personas y por la necesidad de las mismas de poder comprar algo nuevo e innovador.

#### **4.2.1.2 Tecnología**

La tecnología en la actualidad es uno de los factores a tomar en cuenta, debido que a través de este medio se puede optimizar recursos y tiempo, de esta manera se puede obtener un producto de gran calidad que esté acorde a las necesidades de los clientes y poder sobresalir ante la competencia.

#### **4.2.1.3 Financiamiento**

Para poder lograr la ejecución del proyecto de jeans reversibles en el ciudad de Atuntaqui, se pretende realizar un estudio para ver la factibilidad del proyecto donde se determinara la posibilidad de invertir con capital propio en una parte y buscar financiamiento, para lo cual se realizara un estudio económico donde se medirá su viabilidad a través los siguientes indicadores: TIR, VAN, TRM, Costo beneficio, flujo de caja, los respectivos balances y finalmente el punto de equilibrio todo ello servirá para la toma de decisiones, y determinar si es atractivo el proyecto o no.

#### **4.3 Capacidad del proyecto**

Para poder determinar la capacidad del proyecto se ha tomado en cuenta la capacidad de la maquinaria y la mano de obra utilizada, para realizar el proceso de producción y el tiempo que se tardara para poder realizar una unidad de producto.

- Producción mensual 350 unidades
- Horas de trabajo 8 horas diarias
- Tiempo ocioso y horas de almuerzo 2 horas
- Días de trabajo en el mes 25 días
- Tiempo real de trabajo 6 horas diarias

#### **4.4 Diseño de instalaciones**

##### **4.4.1 Área administrativa y producción**

Para el diseño de instalaciones de la planta y oficinas administrativas se ha tomado la decisión que estén ubicadas en el mismo lugar, de esta manera se podrá realizar una mejor comunicación entre el área administrativa y la de producción para así lograr un mejor manejo y solución de inquietudes, entre los trabajadores y lograr buenos resultados que sean satisfactorios para la empresa.

##### **4.4.2 Área de ventas**

El área de ventas es una de las áreas más importantes en el presente proyecto, porque en este lugar es donde se distribuirá el producto tanto a los intermediarios, así como también a los consumidores finales.

Esta área de ventas estará ubicada en un lugar estratégico del cantón no se encontrara en contacto directo con las demás áreas, pero si deberá contar con personas capaces, éticas y responsables que se encarguen de vender el producto y brindar un servicio de la mejor calidad y lograr la satisfacción del comprador.

##### **4.4.3 Distribución de la planta**

La distribución de la planta y el área administrativa contara con 160 metros cuadrados, el local de ventas con 25 m cuadrados cabe recalcar que este será arrendado.

*Cuadro Nro. 33**33 Distribución de la planta*

<b>#</b>	<b>Sección</b>	<b>m<sup>2</sup></b>
1	Gerencia	15
2	Área de Contabilidad	20
3	Baños	10
4	Recepción	20
5	Bodega	25
6	Área de Producción	70
	<b>Total</b>	<b>160</b>

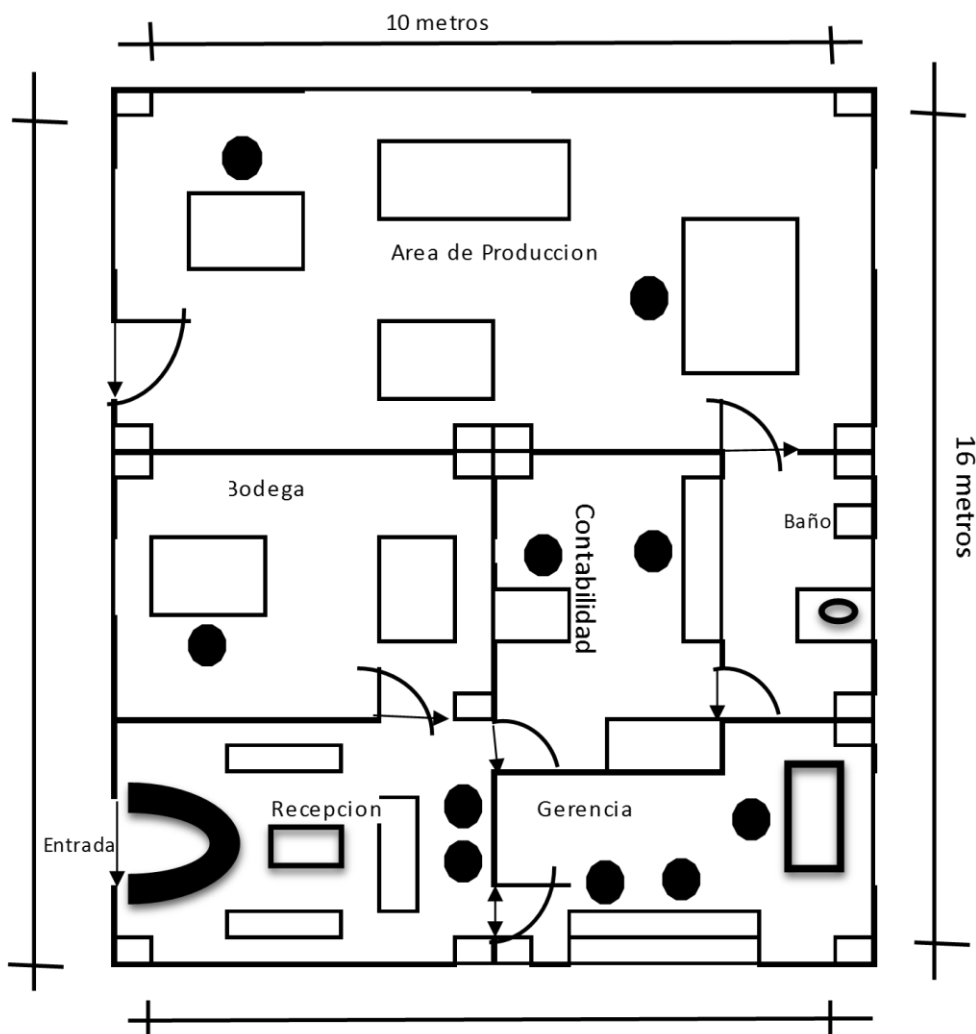
Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 4.4.4 Diseño de la Planta

*Figura Nro. 3*

#### *3 Diseño de la Planta*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015



## 4.5 Proceso de Producción

Para poder empezar con el proceso de producción de los pantalones es necesario la adquisición de la materia prima e insumos que son indispensables en la elaboración del pantalón jean reversible.

### 4.5.1 Materiales a utilizar para la confección de un jeans reversible

**Tela:** Es el componente más importante para elaborar el pantalón, esta se caracteriza por ser de tejidos fuertes de algodón con texturas; que le dan efecto de urdido con líneas que suben de derecha a izquierda y realizando un hilo de fuerte torsión. Para los forros de los bolsillos tenemos la popelina que es una tela de tejido tafetán en hilos de algodón 100%.

### 4.5.2 Insumos y accesorios

- ✓ **Hilo:** Los hilos que se utilizaran serán de 100% algodón que se construye de varias fibras básicas muy resistentes.
- ✓ **Botones:** Están fabricados en su totalidad de acero y se aplican con un remache tipo puntilla.
- ✓ **Remaches:** Permiten reforzar las costuras en los filos de los bolsillos, además se utilizan como elemento decorativo. Está compuesto de hembra y macho, la hembra es la parte visible y el macho va en el interior de la prenda; van en acero, en algunos casos varía la ubicación del macho y hembra.
- ✓ **Cierres o cremalleras:** Esta compuestas básicamente de los dientes, la cinta, los herrajes y el deslizador.
- ✓ **Marcas:** Es una parte muy importante porque identifica la imagen, distinción del producto lo que lo hace diferente de los demás, puede estar

confeccionado en diferentes materiales: cuero, telas o metal. Existen otros tipos de marquilla que contienen los símbolos comerciales y la talla; es interior y va en la pretina.

- ✓ **Etiquetas:** Es la presentación del producto en esta se ubica el precio, el logotipo de la marca, talla y código de barras.
- ✓ **Bolsas:** Es el empaque que se utiliza para guardar y dar mejor presentación al producto.

### 4.5.3 Máquinas utilizadas para el ensamble o confección del jean

Para la elaboración de un jean reversible es importante tomar en cuenta que las maquinas a utilizar cumplan con normas; deben tener ajustes completos, buen mantenimiento mecánico realizado por un técnico; que tenga las especificaciones para cada operación; contando con la tecnología que dispone la industria de confección.

Para poder tener una buena calidad en la elaboración del jean reversible es importante disponer de las siguientes maquinas:

**4.5.3.1 Máquina pretina tora:** Se utiliza para pegar la pretina, con fólder y una guía de acuerdo con el ancho de la pretina, tiene puntada por encima y cadeneta por debajo posee cuatro agujas, estas trabaja hasta con cuatro hilos superiores y 4 inferiores.

**4.5.3.2 Máquina Cortadora de jean:** Permite realizar cortes de la tela jean en forma más rápida y exacta, de acuerdo a los moldes ya establecidos para obtener de esta manera el diseño deseado.

**4.5.3.3 Máquina de coser bolsillo presilladora:** Cose el bolsillo y forma la costura de una puntada recta y se devuelve formando zigzag, se utiliza para

asegurar la terminación de ciertos puntos y uniones de costura, asegura bolsillos y pegar pasadores.

**4.5.3.4 Máquina cerradora de codo:** Permite cocer piezas de la parte trasera, cotillas y entrepiernas; cerrando, puliendo y asentando de una vez.

**4.5.3.5 Máquina remachadora:** Su funcionamiento es por medio de aire a presión (NEUMÁTICA), su función es fijar los botones metálicos y remaches.

**4.5.3.6 Máquina de puntada recta:** De base plana trabaja con dos hilos uno superior y otro inferior, se usa para pegar, hacer remates y asentar la costura.

**4.5.3.7 Máquina recubridora:** Esta máquina permite realizar acabados en los lugares que la tela esta superpuesta le da el toque de terminado.

**4.5.3.8 Máquina Overlock de 5 hilos:** Esta máquina permite realizar la unión entre las piezas que previamente se han cortado y así formar el jean.

**4.5.3.9 Máquina ojaladora de lágrima:** Se utiliza para hacer ojales tipo lágrima su costura es de cadeneta a dos hilos, permite hacer un corte automático.

**4.5.3.10 Equipo de plancha:** Se utiliza para poder quitarle las arrugas y líneas no deseadas en el jean en su etapa de terminación.

**4.5.3.11 Máquina etiquetadora:** Útil para pegar las etiquetas que contienen la información de precio, talla, color, referencia y código de barras.

## **4.6 Descripción del proceso de Producción**

El proceso de producción del producto comprende, básicamente en los pasos a seguir y la parte operativa que se desarrolla para la obtención del producto. Los procedimientos a seguir son los siguientes:

## **4.6.1 Proceso de producción**

### **4.6.1.1 Diseño**

El diseño del producto en este caso el pantalón jean reversible, es la parte creativa en la cual se realiza una investigación de las tendencias de la moda y los nuevos diseños que están saliendo, además de tomar en cuenta las preferencias de los compradores en el mercado al cual se dirige el producto.

### **4.6.1.2 Trazo**

El proceso de trazo consiste en realizar la construcción de las prendas por medio de un dibujo de las piezas, que se debe cortar para poder ensamblar el producto.

### **4.6.1.3 Corte**

Es el proceso en el cual se corta la tela en pequeñas piezas de acuerdo a las descripciones realizadas, en el proceso de trazo, que en los siguientes procesos podrán ser ensambladas.

### **4.6.1.4 Confección o Ensamblaje**

El ensamblaje es el proceso que consiste en la unión de las piezas por medio de las costuras que se realizan, por medio de las maquinas por lo general se realizan en forma secuencial para poder optimizar tiempos el mejor funcionamiento y el control del producto.

#### 4.6.1.5 Lavado y Planchado

El proceso de lavado y planchado consiste en lograr que las prendas obtengan el color diseño y textura deseado a través de la realización del proceso y el cumplimiento de los siguientes pasos.

- **Desengomado:** Permite quitar las gomas pegadas en la tela al momento de la elaboración del producto.
- **Stone Wash (neutro o ácido):** Se le hace un picado al jeans para efecto de moda o visión.
- **Blanqueado:** Se realiza un blanqueado al pantalón, por medio de esto se puede evidenciar el efecto del picado.
- **Tinturado o envejecimiento:** Es el proceso donde la prenda toma otro color diferente al jeans clásico o solamente le da una tonalidad baja dependiendo el requerimiento de la moda actual.
- **Neutralización:** El jeans es sometido a un baño ácido dependiendo tonalidad que se le haya dado en el proceso anterior para que el tejido no pierda su firmeza y fortaleza que le caracteriza.
- **Efectos de manualidades:** Este proceso consiste en la realización de adornos para el pantalón en muchos casos se le incrusta una figura bordada de la marca.
- **Suavizado:** Es el proceso en el cual se le da a la prenda un lavado industrial que le permite al pantalón ser suave y no presentar molestias a quien lo usa.

#### **4.6.1.6 Etiquetado**

El proceso de etiquetado consiste en la colocación en la prenda de los broches y de etiquetas, en este proceso también se selecciona las prendas de acuerdo a sus tallas y luego se las puede clasificar de manera más fácil y ordenada.

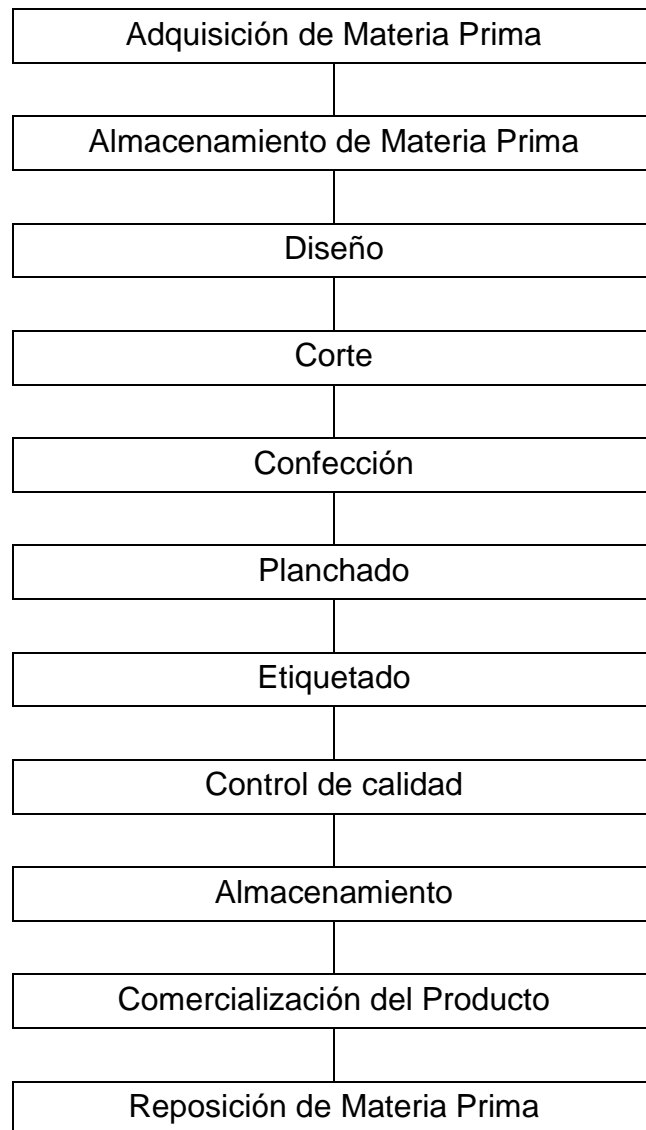
#### **4.6.1.7 Almacenamiento**

Se realizará el almacenamiento de las prendas que consiste en la ubicación en las percha como también serán empaquetados en cajas y embaladas para la entrega a los diferentes clientes que soliciten o para la participación en ferias.

#### **4.6.2 Diagrama de Boque**

El diagrama de bloque permite identificar las etapas principales requeridas para realizar la producción de los pantalones jeans reversibles en forma general la aplicación de cada uno de estos procesos.

**Tabla Nro.1**  
**1 Diagrama de Bloque**

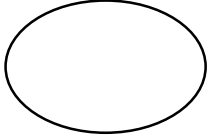
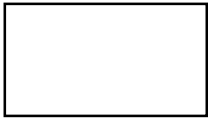
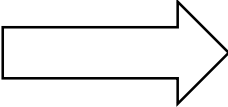
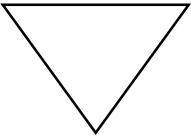
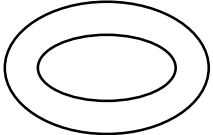



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

#### **4.6.3 Diagrama de Flujo**

El diagrama de flujo permite detallar los pasos a seguir en la producción del pantalón jean, dando un detalle de cada actividad a realizarse. Para lo cual se detalla la simbología a usar a continuación.

**Cuadro Nro. 34****34 Simbología**

<b>Símbolo</b>	<b>Significado que Tiene</b>
	<b>Operación Inicial</b>
	<b>Verificación</b>
	<b>Transporte</b>
	<b>Almacenamiento</b>
	<b>Operación Doble</b>
	<b>Retraso</b>

Fuente: METODOLOGÍA DE LA PROGRAMACIÓN

Autor: Adrián Guzmán


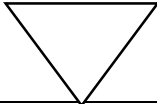
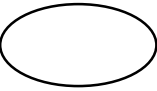

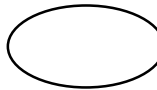
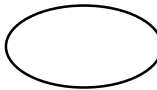


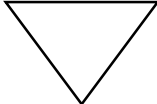
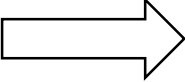

Año: 2015



#### 4.6.4 Flujo grama de producción del jean reversible

*Cuadro Nro. 35*

*35 Flujo grama de producción*

#	Actividades	Símbolo
1	Adquisición de Materia Prima e Insumos	
2	Almacenamiento de Materia Prima	
3	Diseño	
4	Medición y Corte	
5	Confección del Jean Reversible	
6	Planchado	
7	Etiquetado y Acabado	
8	Control de Calidad	
9	Almacenamiento del producto Final	
10	Comercialización del Producto Final	
11	Reposición de Materia Prima e Insumos	

Fuente: METODOLOGÍA DE LA PROGRAMACIÓN

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

## 4.7 Nombre del Proyecto

El nombre de la empresa productora y comercializadora de jeans reversibles será:

# **“INNOVATIVE JEANS”**

### 4.7.1 Logotipo del proyecto

*Figura Nro. 4*

*4 Logotipo de la Empresa*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## 4.8 Inversiones

Las inversiones del proyecto son aquellas que se realizan para la iniciación de las actividades, entre ellos incluyen los activos fijos y otros costos a utilizar.

### 4.8.1 Propiedad Planta y Equipo

La propiedad planta y equipo son todos aquellos bienes, antes conocidos como activos fijos que forman parte de la inversión del proyecto.

#### 4.8.1.1 Terreno

El terreno que se utilizará para la construcción de la planta es propio. Se cuenta con 200 metros cuadrados de terreno.

#### 4.8.1.2 Infraestructura (Planta de producción)

##### *Cuadro Nro. 36*

##### *36 Infraestructura*

Descripción	m <sup>2</sup>	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	200	25	5000
Construcción de Obra civil	160	80	12800
		<b>Total</b>	<b>17800</b>

Fuente: Avalúos y Catastros GAD Antonio Ante

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 4.8.1.3 Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo necesarios para iniciar las actividades de la empresa, son indispensables para la realización del producto y permite acelerar el proceso de producción por esta razón tenemos las siguientes:

**Cuadro Nro. 37****37 Maquinaria y equipo**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unit</b>	<b>Valor Total</b>
Máquina cortadora de Jeans	1	750	750
Máquina Overlock de 5 hilos	1	1100	1100
Máquina de puntada recta	1	900	900
Máquina Etiquetadora	1	500	500
Máquina industrial ojaladora de jeans	1	12000	12000
Máquina cerradora de codo	1	2100	2100
Máquina remachadora de botón	1	500	500
Máquina de coser bolsillo presilladora	1	850	850
Máquina pretina dora	1	2300	2300
Máquina industrial recubridora	1	900	900
Plancha a vapor con caldero	1	1300	1300
<b>Total</b>			<b>23.200,00</b>

Fuente: Macoser y Olx Ecuador

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**4.8.1.4 Vehículo****Cuadro Nro. 38****38 Vehículo**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Camioneta Mazda 2008	1	14000	14000

Fuente: Olx Ecuador

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 4.8.1.5 Muebles y enseres

##### *Cuadro Nro. 39*

##### *39 Muebles y enseres*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Área Administrativa</b>			
Escritorio modular	3	120	360
Archivadores	2	180	360
Sillas giratorias	3	40	120
Sillas de Recepción	3	35	105
Sofá bipersonal	1	110	110
<b>Área de Producción</b>			
Mesa de corte	1	600	600
Mesa de Planchado	1	300	300
Sillas	10	15	150
Caballote almohada	1	25	25
Mueble de madera para insumos y materiales	1	280	280
Patrón de moldes con todas las tallas	1	240	240
<b>Total</b>			<b>2650</b>

Fuente: Muebles Calidad y OLX Ecuador

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 4.8.1.6 Equipo de computación

##### *Cuadro Nro. 40*

##### *40 Equipo de computación*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador Fijo Core i 3 Samsung	3	650	1950

Fuente: Bsystem

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 4.8.1.7 Equipo de Oficina

##### *Cuadro Nro. 41*

##### *41 Equipo de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Impresora multifunción	3	120	360
Teléfono fijo	1	80	80
Sumadora	1	48	48
			<b>488</b>

Fuente: Bsystem

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 4.8.1.8 Resumen de la inversión de Activos fijos

##### *Cuadro Nro. 42*

##### *42 Resumen de la Inversión*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Infraestructura y terreno	17.800,00
Maquinaria y equipos	23.200,00
Vehículo	14.000,00
Muebles y enseres	2.650,00
Equipo de computación	1.950,00
Equipo de Oficina	488,00
<b>Total Activos fijos</b>	<b>60.088,00</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

## 4.8.2 Capital de Trabajo

*Cuadro Nro. 43*

### *43 Capital de Trabajo*

Ctd	DESCRIPCION	Valor Unit/mes	Valor Total
	<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>4732,71</b>	
1	Materia prima e insumos	3638,54	10.915,63
1	Costos indirectos de fabricación	1094,17	3.282,51
	<b>COSTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>1.254,00</b>	
1	Gerente General	500,00	1.500,00
1	Contador	400,00	1.200,00
1	Secretaria	354,00	1.062,00
	<b>GASTOS OFICINA ADMINISTRATIVOS</b>	<b>99,34</b>	
1	Servicios Básicos	25,00	75,00
1	Teléfono e Internet	40,00	120,00
1	Mantenimiento equipo de computación	20,00	60,00
1	Materiales de oficina	14,34	43,02
	<b>COSTOS VENTAS Y PUBLICIDAD</b>	<b>854,00</b>	
1	Vendedor	354,00	1.062,00
1	Gasto publicidad	150,00	450,00
1	Gasto Arriendo	350,00	1.050,00
	<b>COSTOS PERSONAL DE PRODUCCION</b>	<b>1.462,00</b>	
1	Técnico de Producción	400,00	1.200,00
3	Operarios	354,00	1.062,00
	<b>Capital de Trabajo 3 Meses</b>		<b>23.082,16</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

## 4.8.3 Resumen de la Inversión

Para poder dar inicio con las actividades del proyecto es necesario tener lo siguiente:

**Cuadro Nro. 44****44 Inversión Inicial**

Infraestructura y Terreno	17.800,00
Maquinaria y Equipo	23.200,00
Vehículo	14.000,00
Muebles y Enceres	2.650,00
Equipo de Computación	1.950,00
Equipos de Oficina	488,00
Gastos Legales de Constitución	435,00
Capital de Trabajo	23.082,16
<b>Total</b>	<b>83.605,16</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**4.8.4 Financiamiento**

Par la realización del proyecto es necesario que un porcentaje sea propio y otro sea financiado por medio de un préstamo bancario, por esta razón la inversión se repartirá de la siguiente manera.

**Cuadro Nro. 45****45 Financiamiento del Proyecto**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Inversión Propia	50163,09	60%
Inversión Financiada	33442,06	40%
<b>TOTAL</b>	<b>83605,16</b>	<b>100%</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015



## CAPITULO V

### Estudio Financiero

#### Introducción

El estudio financiero permite determinar la operatividad del proyecto, sus ingresos, egresos y el financiamiento del mismo es decir de donde proviene el capital para dar inicio las actividades.

Además se presentarán los presupuestos de costos y gastos, así también los estados financieros proyectados, los cuales dan como resultado, conocer los flujos de efectivo, los mismos que nos permitirán conocer la factibilidad del proyecto.

#### 5.1 Ingresos

Los ingresos que tendrá la empresa serán determinados de la ventas de pantalones jeans reversibles que se realicen en los diferentes periodos establecidos y las proyecciones realizadas.

#### *Cuadro Nro. 46*

#### *46 Proyección de Ingresos*

DESCRIPCION	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Pantalones jeans reversibles unidades	4.200,00	4.401,60	4.612,88	4.834,29	5.066,34
Precio de venta	33,9	35,2	36,4	37,8	39,2
<b>TOTAL</b>	<b>142.440,44</b>	<b>154.756,07</b>	<b>168.136,53</b>	<b>182.673,88</b>	<b>198.468,16</b>

Fuente: Estudio de mercado y Anexos

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

$$\text{Precio de venta} \frac{\text{CF} + \text{CV}}{\# \text{ Unidades Producidas}} + \% \text{ Margen de utilidad}$$

## **5.2 Egresos**

Son aquellos gastos de efectivo que tendrá la empresa para realizar sus actividades, estos egresos corresponden a los costos de producción, gastos administrativos, ventas, los cuales se incrementan de acuerdo la inflación del 3,67% anual tomando en cuenta la tasa perteneciente al año 2015, de la misma forma los sueldos del talento humano.

### **5.2.1 Costos de Producción**

Los costos de producción de la empresa para la elaboración de los jeans reversibles, están dados por los directos y los indirectos. Que permitirán determinar a la empresa los costos de producción y de venta del producto.

#### **5.2.1.1 Materia Prima e Insumos**

Para poder determinar el costo de la materia prima e insumos directos que se van a utilizar en la elaboración del pantalón jean reversible, se ha tomado como base la utilización de la materia prima requerida para la elaboración de una docena de pantalones, uno de los aspectos más importantes a tomar en cuenta es que la tela a utilizar será casi el doble de lo que se utiliza para la elaboración de un jean normal.

**Cuadro Nro. 47****47 Materia prima directa**

Descripción	Unidades	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tela Jean	Metros	20	5	100,00
Hilos	Conos	3	2,5	7,50
Etiquetas (12 unidades)	Paquete	1	3	3,00
Botones metálicos	Docena	1	1,25	1,25
Remaches	Docena	2	1,5	3,00
Lavado y Tinturado	Docena	1	10	10,00
Costo de materia prima e insumos para una docena de jeans				124,75
Costo unitario para la producción de un jean reversible				10,40
<b>Costo mensual 350 unidades</b>			<b>350</b>	3638,54

Fuente: Estudio de mercado y Anexos

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 48****48 Proyección de Materia prima e insumos**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima e insumos	43662,5	45264,91	46926,14	48648,33	50433,72

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

Se ha tomado en cuenta el costo de la materia prima e insumos unitario por el número de unidades a producir, la proyección para los 5 años se ha hecho con la tasa de inflación del 3.67%.

### 5.2.1.2 Mano de obra de producción

Dentro de la mano de obra de producción se ha tomado en cuenta al técnico de producción y 3 operarios que serán los encargados de la realización del pantalón jean reversible y el manejo de la maquinaria.

#### *Cuadro Nro. 49*

#### *49 Sueldos de producción*

RUBRO	CANTIDAD	SUELDO NOMINAL
Técnico de producción	1	400
Operarios	3	354
<b>Total Mensual</b>		<b>1.462,00</b>

Fuente: MRL Salario mínimo sectorial  
 Autor: Adrián Guzmán  
 Año: 2015

#### *Cuadro Nro. 50*

#### *50 Proyección salario de producción*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Subtotal Producción	17.544,00	18.187,86	18.855,36	19.547,35	20.264,74
Fondos de Reserva	-	1.515,05	1.570,65	1.628,29	1.688,05
Décimo Tercero	2.478,00	2.478,00	2.601,90	2.601,90	2.732,00
Décimo Cuarto	1.462,00	1.515,66	1.571,28	1.628,95	1.688,73
IESS Patronal	2.610,31	2.879,13	2.988,80	3.086,89	3.204,38
(-)IESS Personal	2.008,75	2.215,63	2.300,02	2.375,51	2.465,92
<b>Sueldo a Pagar</b>	<b>19.475,25</b>	<b>21.480,94</b>	<b>22.299,17</b>	<b>23.030,98</b>	<b>23.907,59</b>
<b>Total Producción</b>	<b>24.094,31</b>	<b>26.575,70</b>	<b>27.587,99</b>	<b>28.493,38</b>	<b>29.577,90</b>

Fuente: MRL Salario mínimo sectorial  
 Autor: Adrián Guzmán  
 Año: 2015

### 5.2.1.3 Costos indirectos de fabricación

#### *Cuadro Nro. 51*

#### *51 Materiales y herramientas de producción*

Descripción	V mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales y herramientas para la producción	9,17	110,04	114,08	118,27	122,61	127,11
<b>Total</b>		<b>110,04</b>	<b>114,08</b>	<b>118,27</b>	<b>122,61</b>	<b>127,11</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### *Cuadro Nro. 52*

#### *52 Empaques*

Descripción	V mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empaques	75	900	933,03	967,27	1002,77	1039,57
<b>Total</b>		<b>900</b>	<b>933,03</b>	<b>967,27</b>	<b>1002,77</b>	<b>1039,57</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### *Cuadro Nro. 53*

#### *53 Servicios Básicos*

Descripción	Valor mes	año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
<b>Luz</b>	100	1200	1244,04	1289,70	1337,03	1386,10
<b>Agua</b>	25	300	311,01	322,42	334,26	346,52
	125	<b>1500</b>	<b>1555,05</b>	<b>1612,12</b>	<b>1671,29</b>	<b>1732,62</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 54****54 Consumo de Gas**

Descripción	V mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consumo de Gas	20	240	248,81	257,94	267,41	277,22
<b>Total</b>		<b>240</b>	<b>248,81</b>	<b>257,94</b>	<b>267,41</b>	<b>277,22</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 55****55 Mantenimiento maquinaria**

Descripción	V mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento Maquinaria	40	480	497,62	515,88	534,81	554,44
<b>Total</b>		<b>480</b>	<b>497,62</b>	<b>515,88</b>	<b>534,81</b>	<b>554,44</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 56****56 Resumen costos de producción**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos Directos</b>					
Materia Prima e Insumos	43662,5	45264,91	46926,14	48648,33	50433,72
Mano de Obra	24.094,31	26.575,70	27.587,99	28.493,38	29.577,90
<b>CIF</b>					
Materiales y Herr de Producción	110	114,08	118,27	122,61	127,11
Empaques	900	933,03	967,27	1002,77	1039,57
Servicios Básicos	1500	1555,05	1612,12	1671,29	1732,62
Consumo de Gas	240	248,81	257,94	267,41	277,22
Mantenimiento de Maquinaria	480	497,62	515,88	534,81	554,44
<b>TOTAL</b>	<b>70.986,85</b>	<b>75.189,20</b>	<b>77.985,60</b>	<b>80.740,58</b>	<b>83.742,57</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

## 5.2.2 Gastos Administrativos

Estos gastos están distribuidos entre los sueldos del personal administrativo los mantenimientos de equipos, suministros de oficina y servicios básicos.

### Cuadro Nro. 57

#### 57 Sueldos Administrativos

RUBRO	CANTIDAD	SUELDO NOMINAL
Gerente	1	500
Contador	1	400
Secretaria	1	354
<b>Total Mensual</b>		<b>1.254,00</b>

Fuente: MRL Salario mínimo sectorial

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### Cuadro Nro. 58

#### 58 Proyección Salario Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sub total Sueldo Producción	15.048,00	15.600,26	16.172,79	16.766,33	17.381,66
Fondos de Reserva 8,33%	1.253,50	1.299,50	1.347,19	1.396,64	1.447,89
Décimo Tercero	1.062,00	1.062,00	1.115,10	1.115,10	1.170,86
Décimo Cuarto	1.254,00	1.300,02	1.347,73	1.397,19	1.448,47
IESS Patronal 12,15%	2.262,03	2.340,31	2.427,91	2.512,04	2.606,04
(-)IESS Personal 9,35%	1.740,74	1.800,98	1.868,39	1.933,14	2.005,47
<b>Sueldo a Pagar</b>	<b>16.876,76</b>	<b>17.460,81</b>	<b>18.114,42</b>	<b>18.742,13</b>	<b>19.443,41</b>
<b>Total Personal Administrativos</b>	<b>20.879,52</b>	<b>21.602,09</b>	<b>22.410,73</b>	<b>23.187,31</b>	<b>24.054,91</b>

Fuente: MRL Salario mínimo sectorial

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

## Servicios Básicos

Los servicios básicos se dan específicamente en el área administrativa no son muy elevados pero si necesarios para el funcionamiento de esta área.

### *Cuadro Nro. 59*

#### *59 Servicios básicos*

Descripción	Valor mes	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Luz	15	180	186,61	193,45	200,55	207,91
Agua	10	120	124,40	128,97	133,70	138,61
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>300</b>	<b>311,01</b>	<b>322,42</b>	<b>334,26</b>	<b>346,52</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### *Cuadro Nro. 60*

#### *60 Servicios de comunicación*

Descripción	Valor mes	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Teléfono	15	180	186,61	193,45	200,55	207,91
Internet	25	300	311,01	322,42	334,26	346,52
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>480</b>	<b>497,62</b>	<b>515,88</b>	<b>534,81</b>	<b>554,44</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### *Cuadro Nro. 61*

#### *61 Mantenimiento de equipos de computación*

Descripción	V mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento Equipo de computación	20	240,00	248,81	257,94	267,41	277,22
<b>Total</b>		<b>240,00</b>	<b>248,81</b>	<b>257,94</b>	<b>267,41</b>	<b>277,22</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015



**Cuadro Nro. 62****62 Suministros de Oficina**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papel resma	10	4	40	41,47	42,99	44,57	46,20
Carpetas	10	0,6	6	6,22	6,45	6,69	6,93
Esferos	10	0,35	3,5	3,63	3,76	3,90	4,04
Tinta de impresora	6	8	48	49,76	51,59	53,48	55,44
Cuadernos	5	1,5	7,5	7,78	8,06	8,36	8,66
Lápiz	10	1,2	12	12,44	12,90	13,37	13,86
Borrador	10	0,3	3	3,11	3,22	3,34	3,47
Basurero	4	7	28	29,03	30,09	31,20	32,34
Libretines (facturas)	4	6	24	24,88	25,79	26,74	27,72
<b>TOTAL</b>			<b>172</b>	<b>178,31</b>	<b>184,86</b>	<b>191,64</b>	<b>198,67</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 63****63 Resumen gastos administrativos**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal Administrativos	20.879,52	21.602,09	22.410,73	23.187,31	24.054,91
Servicios Básicos	300	311,01	322,42	334,26	346,52
Servicios de comunicación	480	497,62	515,88	534,81	554,44
Mantenimiento equipo de comp	240,00	248,81	257,94	267,41	277,22
Suministros	172	178,31	184,86	191,64	198,67
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>22.071,60</b>	<b>22.844,31</b>	<b>23.705,24</b>	<b>24.536,36</b>	<b>25.460,87</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### 5.2.3 Gastos de Ventas

Los gastos de ventas están básicamente dados por los sueldos de ventas, arriendos y publicidad.

#### *Cuadro Nro. 64*

##### *64 Sueldo de Ventas*

RUBRO	CANTIDAD	SUELDO NOMINAL
Vendedor	1	354
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>354</b>

Fuente: MRL Salario mínimo sectorial

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### *Cuadro Nro. 65*

##### *65 Proyección Salario de Ventas*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sub total Sueldo Producción	4.248,00	4.403,90	4.565,52	4.733,08	4.906,78
Fondos de Reserva 8,33%	-	366,85	380,31	394,27	408,74
Décimo Tercero	1.062,00	1.062,00	1.062,00	1.062,00	1.062,00
Décimo Cuarto	354,00	397,56	412,15	427,28	442,96
IESS Patronal 12,15%	688,18	756,98	780,03	803,92	828,69
(-)IESS Personal 9,35%	529,58	582,53	600,27	618,65	637,71
<b>Sueldo a Pagar</b>	<b>5.134,42</b>	<b>5.647,77</b>	<b>5.819,72</b>	<b>5.997,97</b>	<b>6.182,76</b>
<b>Total Personal Ventas</b>	<b>6.352,18</b>	<b>6.987,29</b>	<b>7.200,01</b>	<b>7.420,54</b>	<b>7.649,17</b>

Fuente: MRL Salario mínimo sectorial

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 66****66 Gasto publicidad**

Descripción	Valor mes	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
<b>Radio</b>	100	1200	1244,04	1289,70	1337,03	1386,10
<b>Prensa</b>	50	600	622,02	644,85	668,51	693,05
<b>Total</b>	150	1800	1866,06	1934,54	2005,54	2079,15

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 67****67 Gasto arriendo**

Descripción	Valor mes	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
<b>Arriendo local de ventas</b>	350	4200	4354,14	4513,94	4679,60	4851,34
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>4200</b>	<b>4354,14</b>	<b>4513,93</b>	<b>4679,59</b>	<b>4851,33</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Cuadro Nro. 68****68 Resumen de gastos de ventas**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo de Venta	6.352,18	6.987,29	7.200,01	7.420,54	7.649,17
Gastos Publicidad	1800	1866,06	1934,54	2005,54	2079,15
Gasto Arriendo	4200	4354,14	4513,93	4679,59	4851,33
<b>Total</b>	<b>12.352,18</b>	<b>13.207,49</b>	<b>13.648,50</b>	<b>14.105,68</b>	<b>14.579,65</b>

Fuente: Investigación directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### 5.2.4 Financiamiento

El financiamiento del proyecto se ha determinado hacerlo, en la Corporación Financiera Nacional con sus tasas activas y pasivas para empresas productoras las mismas que son:

Tasa Activa: 10,21%

Tasa Pasiva: 5,75%

#### *Cuadro Nro. 69*

##### *69 Condiciones de la Deuda*

TASA ANUAL	10,21%	
Pagos por Periodo	12	
TASA por periodo	0,85%	
PLAZO en años	5	
PLAZO EN MESES	60	Meses
PLAZO DE GRACIA	2	Meses
<b>MONTO</b>	33.442,06	<b>DOLARES</b>

#### *Cuadro Nro. 70*

##### *70 Tabla de Amortización*

PERIODOS	CUOTAS	CAPITAL	INTERESES	SALDO
1	285	0	285	33.442
2	285	0	284,54	33.442
3	733	448,37	284,54	32.994
4	733	452	280,72	32.541
5	733	456	276,87	32.085
6	733	460	272,99	31.626
7	733	464	269,08	31.162
8	733	468	265,13	30.694
9	733	472	261,15	30.222
10	733	476	257,14	29.746
11	733	480	253,09	29.267

<b>PERIODOS</b>	<b>CUOTAS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>SALDO</b>
12	733	484	249,01	28.783
13	733	488	244,89	28.295
14	733	492	240,74	27.803
15	733	496	236,55	27.306
16	733	501	232,33	26.806
17	733	505	228,07	26.301
18	733	509	223,78	25.792
19	733	513	219,44	25.278
20	733	518	215,07	24.760
21	733	522	210,67	24.238
22	733	527	206,23	23.711
23	733	531	201,74	23.180
24	733	536	197,22	22.645
25	733	540	192,67	22.104
26	733	545	188,07	21.559
27	733	549	183,43	21.010
28	733	554	178,76	20.456
29	733	559	174,04	19.897
30	733	564	169,29	19.333
31	733	568	164,49	18.765
32	733	573	159,66	18.192
33	733	578	154,78	17.614
34	733	583	149,86	17.030
35	733	588	144,90	16.442
36	733	593	139,90	15.849
37	733	598	134,85	15.251
38	733	603	129,76	14.648
39	733	608	124,63	14.040
40	733	613	119,46	13.427
41	733	619	114,24	12.808
42	733	624	108,97	12.184
43	733	629	103,66	11.555
44	733	635	98,31	10.920
45	733	640	92,91	10.280
46	733	645	87,47	9.635
47	733	651	81,97	8.984
48	733	656	76,44	8.327
49	733	662	70,85	7.665
50	733	668	65,22	6.997
51	733	673	59,54	6.324
52	733	679	53,81	5.645
53	733	685	48,03	4.960

PERIODOS	CUOTAS	CAPITAL	INTERESES	SALDO
54	733	691	42,20	4.269
55	733	697	36,33	3.573
56	733	703	30,40	2.870
57	733	708	24,42	2.162
58	733	715	18,39	1.447
59	733	721	12,31	727
60	733	727	6,18	0

Fuente: CFN tasa activa y pasiva

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 5.2.4.1 Gastos Financieros

Los gastos financieros están constituidos, por los pagos de interés que la empresa está obligada a pagar por el dinero recibido para la ejecución del proyecto.

#### *Cuadro Nro. 71*

#### *71 Gasto financiero*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	3.238,81	2.656,74	1.999,86	1.272,68	467,68

Fuente: Tabla de Amortización

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

#### 5.2.5 Depreciaciones

Las depreciaciones de los activos fijos son el resultado del paso del tiempo, esto hace que pierdan el valor por el uso. Por esta razón es necesario que se realice el control de la depreciación, esto se lo hará de acuerdo a lo establecido por la administración tributario, bajo el cumplimiento de la normativa legal vigente.

**Cuadro Nro. 72****72 Depreciaciones**

Descripción	Can t	Valor Unit	Valor Total	Tie mpo	1	2	3	4	5
<b>AREA DE PRODUCCION</b>									
Infraestructura m^2	160	80,00	12.800	20	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
<b>AREA DE PRODUCCION</b>									
Maquina cortadora de Jeans	1	750,00	750,00	10	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Maquina Overlock de 5 hilos	1	1.100,00	1.100,00	10	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Máquina de puntada recta	1	900,00	900,00	10	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Maquina Etiquetadora	1	500,00	500,00	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Maquina industrial ojaladora de jeans	1	12.000,00	12.000,00	10	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Maquina cerradora de codo	1	2.100,00	2.100,00	10	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
Maquina remachadora de botón	1	500,00	500,00	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Máquina de coser bolsillo presilladora	1	850,00	850,00	10	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00
Maquina pretina dora	1	2.300,00	2.300,00	10	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
Maquina industrial recubridora	1	900,00	900,00	10	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Plancha a vapor con caldero	1	1.300,00	1.300,00	10	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
<b>Vehículo</b>									
Camioneta Mazda doble cabina 2008	1	14.000	14.000	5	2.800	2.800	2.800	2.800	2.800
<b>Muebles y Enceres</b>									
Escritorio modular	3	120,00	360,00	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Archivadores	2	180,00	360,00	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Sillas giratorias	3	40,00	120,00	10	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00

Sillas de Recepción	3	35,00	105,00	10	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50
Sofá bipersonal	1	110,00	110,00	10	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
Mesa de corte	1	600,00	600,00	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Mesa de Planchado	1	300,00	300,00	10	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Sillas	10	15,00	150,00	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Caballote almohada	1	25,00	25,00	10	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Mueble para insumos y materiales	1	250,00	250,00	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Patrón con moldes y tallas	1	240,00	240,00	10	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
<b>Equipo de Computación</b>									
Computadores Samsung core i 3	3	650,00	1.950,00	3	650,00	650,00	650,00		
Reinversión de equipo de computación	3	700,00	2.100,00	3				700,00	700,00
<b>Equipos de Oficina</b>									
Impresora multifunción	3	120,00	360,00	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Teléfono fijo	1	80,00	80,00	10	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Sumadora	1	48,00	48,00	10	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80
<b>TOTAL A DEPRECIAR</b>			<b>57.158,00</b>		<b>6.720,80</b>	<b>6.720,80</b>	<b>6.720,80</b>	<b>6.770,80</b>	<b>6.770,80</b>
<b>VALOR DE SALVAMENTO 20%</b>			<b>11.431,60</b>						

Fuente: Depreciación AF SRI

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015



### 5.2.6 Gastos Diferidos

#### *Cuadro Nro. 73*

#### *73 Gastos de Constitución*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Elaboración de Minuta	130
Registro Notaria Pública	120
Registro Mercantil	100
Afiliación a la Cámara de Comercio	50
Pago Bomberos	5
Pago Patente Municipal	30
Tramite RUC	0
<b>Total</b>	<b>435</b>

Fuente: Investigación Directa

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### 5.3 Estados Financieros

Los estados financieros requeridos evaluar el proyecto son: Estado de situación Financiera, Estado de Resultados y el Estado de flujos de Efectivo, estos estados nos permiten tener información detallada acerca de los movimientos realizados en la empresa, a lo largo de sus actividades.

### 5.3.1 Estado de situación financiera

#### *Cuadro Nro. 74*

#### *74 Estado de situación financiera*

<b>Estado de Situación Financiera</b>		
<b>Innovative Jeans</b>		
<b>Al 31 de Diciembre del 2015</b>		
<b>Activos</b>		
<b>Activos Corrientes</b>		<b>23.082,16</b>
Caja-Bancos	23.082,16	
<b>Propiedad Planta y Equipo</b>		<b>60.088,00</b>
Infraestructura y terreno	17.800,00	
Maquinaria y Equipo	23.200,00	
Vehículo	14.000,00	
Muebles y Enceres	2.650,00	
Equipo de Computación	1.950,00	
Equipos de Oficina	488,00	
<b>Activo Diferido</b>		<b>435,00</b>
Gastos de Constitución	435,00	
<b>Total Activos</b>		<b>83.605,16</b>
<b>Pasivos</b>		
	<b>Pasivo a largo Plazo</b>	
Cuentas Por pagar	33442,06	<b>33442,06</b>
<b>Total Pasivo</b>		<b>33442,06</b>
	<b>Patrimonio</b>	
Inversión Propia	50163,09	<b>50163,09</b>
<b>Total Pasivos + Patrimonio</b>		<b>83605,16</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

### 5.3.2 Estado de resultados

#### Cuadro Nro. 75

#### 75 Estado de resultados

DESCRIPCION	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	142.440,44	154.756,07	168.136,53	182.673,88	198.468,16
(-)Costo de ventas	70986,85	75189,20	77985,60	80740,58	83742,57
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>71.453,59</b>	<b>79.566,87</b>	<b>90.150,92</b>	<b>101.933,30</b>	<b>114.725,58</b>
Gastos Administrativos	22.071,60	22.844,31	23.705,24	24.536,36	25.460,87
Gastos de ventas de Ventas	12.352,18	13.207,49	13.648,50	14.105,68	14.579,65
Depreciaciones	6.720,80	6.720,80	6.720,80	6.770,80	6.770,80
Amortización Gastos Diferidos	145,00	145,00	145,00	-	-
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>30.164,01</b>	<b>36.649,27</b>	<b>45.931,39</b>	<b>56.520,45</b>	<b>67.914,26</b>
<b>Gastos Financieros</b>	3.238,81	2.656,74	1.999,86	1.272,68	467,68
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION</b>	<b>26.925,20</b>	<b>33.992,53</b>	<b>43.931,53</b>	<b>55.247,77</b>	<b>67.446,58</b>
Utilidades a trabajadores (15%)	4.038,78	5.098,88	6.589,73	8.287,17	10.116,99
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>22.886,42</b>	<b>28.893,65</b>	<b>37.341,80</b>	<b>46.960,60</b>	<b>57.329,59</b>
Impuesto a la renta (22%)	5.035,01	6.356,60	8.215,20	10.331,33	12.612,51
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>17.851,41</b>	<b>22.537,05</b>	<b>29.126,60</b>	<b>36.629,27</b>	<b>44.717,08</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

El cálculo del porcentaje 22% de impuesto a la renta se lo realizó de acuerdo a lo que manifiesta la Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo Nro. 37 .De la misma forma el porcentaje aplicado a la participación de trabajadores, se lo realizó de acuerdo a lo que manifiesta el código de trabajo en su artículo Nro.97

### 5.3.3 Flujo de Efectivo

*Cuadro Nro. 76*

*76 Flujo de Efectivo*

DESCRIPCION	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Inversiones</b>	<b>(83.605,16)</b>	-	-	-	-	-
<b>INGRESOS</b>						
Ingreso por ventas anuales	-	142.440,44	154.756,07	168.136,53	182.673,88	198.468,16
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>-</b>	<b>142.440,44</b>	<b>154.756,07</b>	<b>168.136,53</b>	<b>182.673,88</b>	<b>198.468,16</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>Costos de Fabricación (V)</b>		70.986,85	75.189,20	77.985,60	80.740,58	83.742,57
Materia Prima e Insumos		43.662,50	45.264,91	46.926,14	48.648,33	50.433,72
Mano de Obra de Producción	-	24.094,31	26.575,70	27.587,99	28.493,38	29.577,90
CIF		3.230,04	3.348,58	3.471,48	3.598,88	3.730,96
Gastos Administrativos	-	22.071,60	22.844,31	23.705,24	24.536,36	25.460,87
Gastos de ventas de Ventas	-	12.352,18	13.207,49	13.648,50	14.105,68	14.579,65
Depreciaciones		6.720,80	6.720,80	6.720,80	6.770,80	6.770,80

Amortización Gastos Diferidos		145,00	145,00	145,00		
<b>TOTAL EGRESOS</b>	-	<b>112.276,43</b>	<b>118.106,80</b>	<b>122.205,13</b>	<b>126.153,43</b>	<b>130.553,89</b>
(-)Gastos financieros		<b>3.238,81</b>	<b>2.656,74</b>	<b>1.999,86</b>	<b>1.272,68</b>	<b>467,68</b>
<b>Utilidad Operativa</b>		<b>26.925,20</b>	<b>33.992,53</b>	<b>43.931,53</b>	<b>55.247,77</b>	<b>67.446,58</b>
(-) 15% Participación Trabajadores		4.038,8	5.098,88	6.589,73	8.287,17	10.116,99
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>22.886,4</b>	<b>28.893,6</b>	<b>37.341,8</b>	<b>46.960,6</b>	<b>57.329,6</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta		5.035,01	6.356,60	8.215,20	10.331,33	12.612,51
<b>Utilidad Neta</b>		<b>17.851,41</b>	<b>22.537,05</b>	<b>29.126,60</b>	<b>36.629,27</b>	<b>44.717,08</b>
(+) Valor de Salvamento						11.431,60
(+) Depreciaciones		6.720,80	6.720,80	6.720,80	6.770,80	6.770,80
Amortización Gastos Diferidos		145,00	145,00	145,00		
(+) Recuperación de capital						23.082,16
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>(83.605,16)</b>	<b>24.717,21</b>	<b>29.402,85</b>	<b>35.992,40</b>	<b>43.400,07</b>	<b>86.001,64</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

## 5.4 Evaluación de la Inversión

Para poder determinar la factibilidad del proyecto es necesario poder medir el valor del dinero en el tiempo así como los indicadores financieros que nos permitirá evaluar el rendimiento que se obtendrá.

### 5.4.1 Costo de oportunidad

El costo de oportunidad se puede determinar tomando en cuenta la tasa activa y la pasiva en este caso de la Corporación Financiera Nacional, para el cálculo en el presente proyecto tenemos 10,21% y 5,75% los cuales se los relaciona con el capital propio y el financiado del proyecto.

#### *Cuadro Nro. 77*

#### *77 Costo de oportunidad*

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasas	V. Ponderado
Inversión Propia	50163,09	60%	5,75%	0,0345
Inversión Financiada	33442,06	40%	10,21%	0,0408
<b>TOTAL</b>	<b>83.605,16</b>	<b>100%</b>		<b>0,0753</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

### 5.4.2 Tasa de Descuento

$C_k = 7,53\%$

Inflación = 3,67%

**Tasa de Rendimiento Medio 11,21%**

### 5.4.3 Valor Actual Neto

El VAN se lo representa con los flujos que se generan a lo largo del proyecto, lo que nos permite determinar si el proyecto es factible o no, a través de la obtención del monto de los beneficios futuros que tendrá la empresa ante la inversión.

#### *Cuadro Nro. 79*

#### *79 VAN Financiero*

<b>I. In (83.605,16)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año5</b>
<b>Flujos Netos</b>	24.717,21	29.402,85	35.992,40	43.400,07	86.001,64
<b>VAN por Periodos</b>	22226,91	23776,53	26172,77	28379,77	50571,37
<b>VAN</b>					
<b>Sumatoria VAN Periodos</b>	<b>I inicial</b>		<b>VAN</b>		
<b>151127,34</b>	<b>(83.605,16)</b>		<b>67.522,18</b>		

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

#### **Calculo**

$$\text{VAN} = \text{FNF}/(1+r)^1 + \text{FNF}/(1+r)^2 + \text{FNF}/(1+r)^3 + \text{FNF}/(1+r)^4$$

$$\text{VAN} = 24.717,21/(1+0,1121)^1 + 29.402,85/(1+0,1121)^2 + 35.992,40 / (1+0,1121)^3 + 43.400,07 / (1+0,1121)^4 + 86.001,64 / (1+0,1121)^5$$

### 5.4.4 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna se la obtiene de acuerdo como se va recuperando la inversión realizada en el proyecto.

**Cuadro Nro. 81****81 TIR Financiero**

<b>Años</b>	<b>Flujo Ti 30%</b>	<b>Flujo Ts 35%</b>
0	(83.605,16)	(83.605,16)
1	19013,24	18309,04
2	17398,13	16133,25
3	16382,52	14628,83
4	15195,57	13066,38
5	23162,74	19179,53
<b>Total</b>	<b>91152,21</b>	<b>81317,03</b>
<b>Van Ti y Ts</b>	<b>7.547,05</b>	<b>(2.288,12)</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

**Calculo**

$$\text{Tir} = \text{Ti} + (\text{Ts} - \text{Ti}) \frac{\text{VanTi}}{\text{VanTi} - \text{VanTs}}$$

$$\text{Tir} = 30 + (35 - 30) \frac{7547,05}{7547,05 - (-2288,12)}$$

$$\text{Tir} = 34\%$$

Aplicando el evaluador financiero del TIR se ha determinado que el proyecto es factible, y si se puede aceptar debido que el rendimiento del mismo es muy positivo.



**Cuadro Nro. 83****83 Periodo de recuperación de inversión**

	1	2	3	4	5	
Flujo neto Finan	24.717,21	29.402,85	35.992,40	43.400,07	86.001,64	
Valor Actual	22226,91	23776,53	26172,77	28379,77	50571,37	
(83.605,16)	22226,91	46003,44	72176,21	100555,97		
			\$ (11.428,95)	28379,77		
				40%	144,98	
					4,83	25

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

La inversión del proyecto de acuerdo a los flujos netos del proyecto se ha determinado que se recuperara en 3 años 4 meses y 25 días.

**5.4.6 Costo Beneficio****Cuadro Nro. 84****84 Costo Beneficio**

	1	2	3	4	5	
<b>Ingresos</b>	142.440,44	154.756,07	168.136,53	182.673,88	198.468,16	Ingresos Deflactados
<b>VAN</b>	128089,31	125143,09	122264,63	119452,38	116704,82	611654,24
<b>Egresos</b>	112.276,43	118.106,80	122.205,13	126.153,43	130.553,89	Egresos deflactados
<b>VAN</b>	100964,38	95506,75	88864,48	82493,06	76769,33	444598,01
<b>C/B</b>	<b>I D / E D</b>	<b>1,38</b>				

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

A través del análisis realizado en el costo beneficio se ha determinado que es de \$1,38 es decir que por cada dólar invertido se obtendrá \$ 0,38 dólares de beneficio.

### 5.4.7 Punto de Equilibrio

En la realización de un proyecto es siempre importante determinar el punto de equilibrio, de esta manera se podrá conocer cuáles son los niveles de producción y ventas que le permitirán mantenerse en vigencia evitando pérdidas.

#### Cuadro Nro. 85

#### 85 Punto de equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costos fijos</b>	44528,39	45574,34	46219,39	46685,53	47279,00
<b>Costo variable</b>	70986,85	75189,20	77985,60	80740,58	83742,57
<b>(=)TOTAL COSTOS</b>	115515,24	120763,54	124205,00	127426,11	131021,57
<b>Ventas</b>	142440,44	154756,07	168136,53	182673,88	198468,16
<b>(=)UTILIDAD</b>	<b>26925,20</b>	<b>33992,53</b>	<b>43931,53</b>	<b>55247,77</b>	<b>67446,58</b>
<b>Punto de equilibrio (\$)</b>	88765,91	88641,24	86201,76	83664,77	81789,75
<b>Punto de equilibrio (%)</b>	62%	57%	51%	46%	41%
<b>Punto de equilibrio (unidades)</b>	2617,35	2521,15	2364,97	2214,11	2087,87

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

#### Calculo

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PE\$ = \frac{44528,39}{1 - \frac{70986,85}{142440,44}} = 88765,91$$

$$PE\% = \frac{CF}{Ventas - Costo Variable}$$

$$PE\% = \frac{44528,39}{142440,44 - 70986,85} = 0,62$$

PE unidades= #Unidades Producidas \* PE%    PE unidades = 4200\*62%=2617,35

## **CAPITULO VI**

### **Propuesta Estratégica**

#### **6.1 La Empresa**

##### **6.1.1 Nombre**

Para escoger el nombre de la empresa se ha tomado en cuenta algunos factores, los cuales deben permitir al cliente identificar de manera rápida a la empresa.

El nombre de la empresa será Innovative jeans, que está enfocado en mostrar al cliente un producto novedoso e innovador.

##### **6.1.2 Conformación Jurídica**

Innovative Jeans está conformado como una sociedad, dedicada a la producción y comercialización de jeans reversibles, conformado por capital financiado y propio por medio de la venta de acciones acatando todos los requisitos legales.

##### **6.1.3 Misión**

Innovative Jeans es una empresa productora y comercializadora de pantalones reversibles de la mejor calidad y a precios muy accesibles para los pobladores y visitantes del cantón Antonio Ante.

##### **6.1.4 Visión**

Para el año 2019 Innovative jeans será una empresa reconocida y respetada en el ámbito industrial del cantón Antonio Ante, por la calidad de productos y atención al cliente que ofrece.

### **6.1.5 Políticas**

Para lograr el funcionamiento óptimo de una empresa y un buen manejo organizacional, es necesario la implementación de ciertas políticas que se detallaran a continuación:

- Selección del personal que cuente con características importantes tales como: liderazgo, trabajo en equipo entre otros; para desempeñarse de buena manera en el proceso de producción, administrativo y de ventas requerido por la empresa.
- Dotar al personal con herramientas, implementos e insumos necesarios para facilitar su trabajo y cuidar su integridad física.
- Dar un trato justo a los trabajadores no mostrar preferencias por algún empleado en específico sin importar su afinidad con los directivos.
- Controlar el cumplimiento de obligaciones y funciones de los empleados.
- Verificar el cumplimiento de los horarios de trabajo tanto la hora de entrada como de salida.
- Brindar cursos y capacitaciones para mejorar su desenvolvimiento de los empleados en el área en la que se desempeñan.

### **6.1.6 Principios y valores**

Los principios y los valores que se aplicaran en la empresa servirán como guías para una buena comportamiento del talento humano.

## Principios

- ❖ **Responsabilidad social.-** Contribuir en el desarrollo de la sociedad a través de la generación de nuevos puestos de trabajo.
- ❖ **Valor de la empresa.-** Dar oportunidades de trabajo a todas las personas sin importar su condición o estado físico.
- ❖ **Respaldo a empleados.-** Dar incentivos económicos y materiales por el buen desempeño realizado, con el propósito de conservar el entusiasmo en el trabajador.
- ❖ **Trabajo en equipo.-** Trabajar en conjunto entre todas las áreas de la empresa buscando una meta en común.

## Valores

- ❖ **Responsabilidad.-** Cada una de las personas que estén dentro de la empresa deberán asumir sus roles con seriedad en beneficio de la empresa.
- ❖ **Honradez.-** Se debe realizar el trabajo con honestidad y transparencia que se verá reflejada día a día, en la elaboración del producto y su buena terminación del mismo.
- ❖ **Calidad.-** Un buen desempeño tanto en el aspecto operacional como administrativo desencadenara en la consecución de un buen producto que sea acorde a las necesidades del comprador.
- ❖ **Lealtad.-** Es el esfuerzo que los trabajadores demuestran a la empresa brindando sus servicios con profesionalismo.
- ❖ **Equidad y Justicia.-** Debe haber un trato justo a todos los empleados de la empresa y brindarles oportunidades iguales a todos.

- ❖ **Honestidad.**- Realizar el trabajo con transparentes y de calidad para que no existan cuestionamientos por otras personas.
- ❖ **Confiabilidad.**- El producto que se venderá debe estar hecho con mucha responsabilidad para que brinde confianza a quien lo va a usar.
- ❖ **Eficiencia.**- Dar buenos resultados enfocándose en el cumplimiento de las actividades programadas.
- ❖ **Prudencia.**-Tener la madurez necesaria y la seguridad para realizar el trabajo.
- ❖ **Ética.**- Siempre se debe demostrar la calidad de la persona conservando los valores.

## 6.2 Estructura Organizacional

La empresa Innovative Jeans tendrá una estructura lineal que otorgue a los trabajadores la facilidad para cumplir sus actividades diarias, dando como resultado una buena comunicación entre los altos mandos y los obreros.

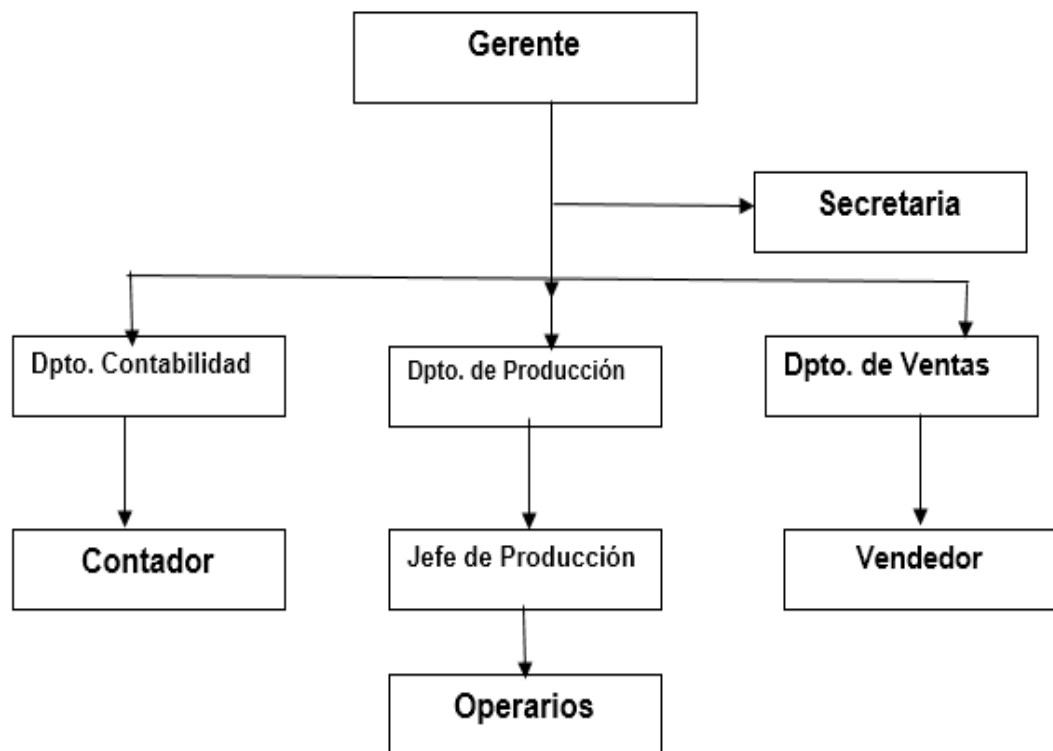
Las áreas funcionales con las que contara la empresa son:

- Departamento de Contabilidad
- Departamento de Producción
- Departamento de Ventas

## 6.2.1 Organigrama Estructural

*Grafico Nro.16*

*16 Organigrama Estructural*



Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

## 6.2.2 Identificación del Puesto y Funciones

*Tabla Nro.2*

### *2 Funciones del gerente*

Nombre del Puesto	Gerente
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar el cumplimiento de las políticas y normas de la empresa.</li> <li>• Manejar de manera adecuada al personal de la empresa.</li> <li>• Demostrar el liderazgo incentivando al cumplimiento de objetivos de la empresa.</li> <li>• Mantener al personal en capacitaciones constantes para que estén acordes a las necesidades de la empresa.</li> <li>• Analizar los estados financieros y presentarlos a la junta directiva.</li> </ul>	
<b>Perfil del Puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para gestionar.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Tener buenas relaciones humanas.</li> <li>• Habilidad para tomar decisiones en momentos críticos.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniero Comercial</li> <li>• Disponibilidad de tiempo completo</li> <li>Experiencia laboral de 1 año</li> </ul>	

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015



**Tabla Nro.3****3 Funciones del Contador**

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Contador</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de documentación importante y su custodia.</li> <li>• Presentar informes contables.</li> <li>• Realizar declaraciones tributarias.</li> <li>• Entregar a los propietarios la información de los estados Financieros</li> <li>• Realizar la toma de inventarios de los activos fijos de la empresa en los periodos ya establecidos en la misma.</li> </ul>	
<b>Perfil del Puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser responsables para cumplir con sus funciones.</li> <li>• Ser un profesional con ética.</li> <li>• Relacionarse de buena manera con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• Ser siempre puntual.</li> <li>• Orden y control de la documentación.</li> <li>• Mantener la custodia de bienes, trámites y equipo.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de contador público autorizado</li> <li>• Experiencia laboral de 6 meses</li> <li>• Tener cursos de capacitación tributaria.</li> </ul>	

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

**Tabla Nro.4****4 Funciones de la Secretaria**

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Secretaria</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir llamadas telefónicas.</li> <li>• Proporcionar información a los clientes.</li> <li>• Archivar documentos y hacer oficios.</li> <li>• Receptar documentación de envío y recepción de mercadería.</li> <li>• Llevar registros de mercaderías.</li> <li>• Realizar actividades de apoyo a la gerencia.</li> </ul>	
<b>Perfil del Puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener ética</li> <li>• Ser responsable</li> <li>• Conocer del manejo de herramientas informáticas</li> <li>• Buena presencia</li> <li>• Dedicación al trabajo</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores en Secretariado</li> <li>• Edad 23 años en adelante</li> <li>• Experiencia mínima 1 año</li> </ul>	

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Tabla Nro.5****5 Funciones Jefe de Producción**

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Jefe de Producción</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los pedidos y requerimientos de materia prima e insumos para la producción.</li> <li>• Controlar que se aplique de manera adecuada y eficiente los procesos de producción.</li> <li>• Aplicar el proceso de control de calidad antes que el producto sea empacado.</li> <li>• Estar pendiente que la maquinaria de trabajo se encuentre en óptimas condiciones.</li> <li>• Registrar las salidas de los productos.</li> </ul>	
<b>Perfil del Puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos del manejo de programas relacionados con el diseño y control.</li> <li>• Tener liderazgo para con los obreros.</li> <li>• Tener capacidad para comunicarse.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores ingeniería textil</li> <li>• Edad: 26 en adelante</li> <li>• Experiencia laboral 1 año</li> </ul>	

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

**Tabla Nro.6****6 Funciones Operarios**

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Operarios</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración y ensamblaje de diseños exclusivos de pantalones jeans.</li> <li>• Realizar los recortes de la tela dependiendo la talla que vayan a realizar.</li> <li>• Cosen las piezas dando forma a la prenda cuidando el modelo y diseño que se desea obtener.</li> <li>• Se encargan de pegar botones, cierres y demás accesorios que el pantalón debe llevar.</li> <li>• También pegan las respectivas etiquetas dependiendo la talla del pantalón.</li> <li>• Cuidar que el pantalón tenga los acabados de acuerdo a los pedidos realizados.</li> </ul>	
<b>Perfil del Puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en el manejo e máquinas textiles</li> <li>• Tener experiencia en trabajos similares</li> <li>• Ser responsable en la realización del trabajo</li> <li>• Tener habilidad en la realización de diseños</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haber realizado cursos de corte y confección</li> <li>• Edad no tiene límite de edad</li> <li>• Experiencia 2 años en adelante</li> </ul>	

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

**Tabla Nro.7****7 Funciones del Vendedor**

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Vendedor</b>
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar el registro correspondiente de las ventas realizadas en el día y presentar los respectivos informes.</li> <li>• Enviar órdenes de pedidos al área de producción con el requerimiento necesario de mercadería para la venta.</li> <li>• Aplicar estrategias de ventas para atraer al cliente potencial y lograr mantenerlo.</li> <li>• Presentar propuestas que ayuden a promocionar el producto en el mercado local.</li> <li>• Poder conducir el vehículo para transportar la mercadería.</li> </ul>	
<b>Perfil del Puesto</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener poder de convencimiento a los clientes.</li> <li>• Facilidad de palabra.</li> <li>• Tener buena actitud.</li> <li>• Hacer contactos y buenas negociaciones con compradores mayoristas.</li> <li>• Buscar nuevos mercados.</li> <li>• Hacer propuestas de campañas publicitarias.</li> </ul>	
<b>Requisitos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios superiores en ventas o marketing</li> <li>• Edad de 25 en adelante</li> <li>• Experiencia 1 año</li> <li>• Licencia de conducir tipo C.</li> </ul>	

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

## **6.3 Estrategias**

### **6.3.1 Estrategias Empresariales**

Las estrategias empresariales son aquellas relacionadas con el funcionamiento de la empresa y la imagen corporativa, que esta tenga ante el sector empresarial e industrial. Entre los cuales podemos identificar los siguientes:

- Realizar capacitaciones al personal de la empresa con la finalidad de que estén aptos para desempeñar sus respectivas actividades.
- Incrementar cada periodo económico la aportación de la empresa al segmento de mercado logrando así mayor aceptación.
- Comercializar productos de calidad, brindando confianza y satisfacción al consumidor.
- Contar con personal calificado en la comercialización del producto.
- Participar en ferias textiles en coordinación con toda la Cámara de Comercio de Antonio Ante.
- Lograr eficacia y eficiencia en los procesos de producción de la empresa.
- Mantener buenas relaciones con los proveedores de nuestra empresa fijando alianzas con estos, que permitan tener confianza mutua.

### **6.3.2 Estrategias mercadológicas de posicionamiento**

Las estrategias mercadológicas y de posicionamiento de la empresa son aquellas basadas en dar a conocer en el mercado el producto, el nivel de aceptación y el posicionamiento que este tendrá, en los compradores. Entre los cuales podemos identificar los siguientes:

- Realizar campañas publicitarias buscando el incremento de las ventas así dinamizando la comercialización del producto logrando abastecer un segmento de mercado más amplio.

- Analizar las necesidades que tiene el consumidor a través de la investigación directa realizada por la empresa al comprador.
- La ubicación de la empresa debe ser estratégica, debe ubicarse en las principales calles de la ciudad y tener un fácil acceso para llegar.
- Brindar descuentos, ofertas y promociones especiales a nuestros clientes.
- Realizar promociones de nuestros productos a través de la utilización de las redes sociales e internet.

### **6.3.3 Estrategias financieras**

Las estrategias financieras en la empresa se las puede considerar como las más importantes, debido que la implantación y aplicación de estas permiten determinar un buen manejo financiera de la empresa, tener un claro panorama para la toma de decisiones. Entre los cuales podemos identificar los siguientes:

- Efectuar el análisis de las razones financieras para poder medir la economía de la empresa.
- Hacer un análisis y revisión de los estados financieros.
- Poder tomar decisiones favorables que vayan en beneficio de la empresa, y su mejora continua.
- Determinar el equilibrio y el riesgo financiero que se corre en diferentes periodos.
- Conocer de forma clara la liquidez y solvencia con la que cuenta la empresa.
- Realizar un seguimiento a los créditos otorgados por parte de la empresa.
- Cumplir con responsabilidad los pagos de las deudas contraídas con las instituciones financieras.

## **6.4 Aspecto Legal**

### **6.4.1 Base Legal**

La empresa Innovative Jeans para poder dar inicio sus actividades es necesario que este constituida como una sociedad, la cual debera estar conformada por dos accionistas minimo o mas segun lo indica el art 147 de la ley de compañías.

#### **Compareciente y declaracion de Voluntad**

Interviene en la celebración del contrato el gerente propietario de la empresa (Adrián Guzmán), y su socio (Luis Guzmán) en el que constaran los nombres y apellidos completos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, la sociedad anónima “INNOVATIVE JEANS”, la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y estatutos.

#### **Objeto**

Innovative Jeans, tiene por objeto la producción y comercialización de jeans reversibles, pudiendo ejercer todas las actividades permitidas por la ley impuesta en el País y contribuyendo para el desarrollo industrial y económico en el cantón Antonio Ante.

#### **Domicilio**

El domicilio de la empresa estará en el cantón Antonio Ante parroquia de san José Barrio Santa Rosa de Moras. El local de ventas estará ubicada cerca del parque central del cantón calle General Enríquez y Gonzales Suarez.



## **Registro**

Se debe realizar la inscripción de la empresa en el registro mercantil, luego de la autorización del superintendente se podrá hacer de manera legal el registro de la misma de acuerdo a la normativa del País.

### **6.4.2 Permisos de Funcionamiento**

Para la empresa pueda funcionar de buena manera y de forma legal es necesario presentar los siguientes requerimientos:

#### **El registro único de contribuyente (RUC)**

- Cedula de representante legal
- Copia de certificado de votación
- Recibo de pago de agua, luz, teléfono

#### **Patente municipal**

- Recibo del pago del impuesto predial
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal

#### **Permiso anual de funcionamiento del cuerpo de bomberos**

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC
- Copia de la Patente Municipal

## CAPITULO VII

### Análisis de Impactos

#### 7.1 Impactos

En el desarrollo de un proyecto es indispensable reconocer los impactos que este podrá generar, tanto positivos como negativos, en el proceso de producción y comercialización de los pantalones Jeans Reversibles. Se podrá encontrar impactos que este generara dentro del Cantón Antonio Ante y sus habitantes.

Para conocer el nivel de impacto de cada uno de los aspectos señalados se plantea la matriz de valoración de impactos, la cual permite dar valor a cada uno de los indicadores los mismos que dan a conocer qué efecto ocasionan en el entorno.

#### *Cuadro Nro. 86*

#### *86 Matriz de Valoración de Impactos*

-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Alto	Impacto Medio	Impacto o Bajo	No existe Impacto	Impacto o Bajo	Impacto Medio	Impacto Alto
Negativo			No existe Impacto	Positivo		

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

Formula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Numero de Indicadores}}$$

### 7.1.1 Impacto Socio Económico

*Cuadro Nro. 87*

*87 Impacto Socio-económico*

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Desarrollo socioeconómico del Cantón							x	3
Nuevas fuentes de trabajo						x		2
Dinamización de la economía del Cantón						x		2
Mejoramiento calidad de vida					x			1
<b>Total</b>								<b>8</b>

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto Socio economico} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2$$

#### Análisis

El nivel de impacto socio económico que genera el presente proyecto es bueno, en el aspecto socioeconómico, en el del cantón Antonio Ante por la creación de una nueva empresa productora siempre será conveniente para el desarrollo en la economía, de esta manera se estará generando nuevas fuentes de empleo para los habitantes locales y esto desencadenara en la dinamización de la economía al tener mayor cantidad de gente con un ingreso seguro en sus hogares.

### 7.1.2 Impacto Tecnológico

#### *Cuadro Nro. 88*

#### *88 Impacto Tecnológico*

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad de tecnología Utilizada						x		2
Producto fina de calidad						x		2
Manejo adecuado de la tecnología					x			2
Mayor seguridad industrial						x		1
<b>Total</b>								<b>7</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto Tecnológico} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1.75$$

#### **Análisis**

De acuerdo a la calificación realizada acerca del impacto tecnológico, se ha podido evidenciar que a través de la utilización de la tecnología se puede mejorar en varios aspectos importantes, dentro del proceso de producción en el cual se puede optimizar tiempo y recursos para la empresa.

### 7.1.3 Impacto Empresarial

#### *Cuadro Nro. 89*

#### *89 Impacto Empresarial*

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fortalecimiento sector empresarial						x		2
Imagen corporativa					x			1
Administración y comunicación con proveedores						x		2
Reconocimiento sector empresarial					x			1
<b>Total</b>								<b>6</b>

Autor: Adrián Guzmán  
Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{6}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1.5$$

### Análisis

Dentro del impacto empresarial después del análisis se ha determinado que es positivo pero de acuerdo a lo evidenciado se puede reconocer que será muy difícil tener un impacto empresarial alto y confiable, esto solo se podrá conseguir a través de la consecución de metas y objetivos planteados por la empresa.

### 7.1.4 Impacto Ambiental

#### Cuadro Nro. 90

#### 90 Impacto Ambiental

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Reciclaje de desechos						x		2
Manejo de desechos tóxicos					x			1
Menos contaminación del agua				x				0
Preservación de ecosistema					1			1
Total								4

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{4}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1$$

### Análisis

El impacto ambiental es uno de los más difíciles de manejar en un proyecto, debido a que los indicadores en los cuales se evalúa no solo se toma en cuenta el manejo o consecuencias que genera dentro de la empresa sino que también es necesario analizar el entorno en el cual se está desarrollando y lo que podría afectar en este caso debido al manejo adecuado propuesto no afectara mucho al ambiente.

## 7.1 5 Impacto General

### *Cuadro Nro. 91*

#### *91 Impacto General*

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Socio-económico						x		2
Impacto Tecnológico						x		2
Impacto Empresarial						x		2
Impacto Ambiental					x			1
Total								7

Autor: Adrián Guzmán

Año: 2015

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1,75$$

### **Análisis**

A través del análisis de cada uno de los impactos que puede generar el proyecto se ha podido determinar que el proyecto está más cercano a tener un impacto medio positivo, lo que nos permite identificar al proyecto como favorable, se lo podrá desarrollar sin causar daño a la empresa en si o al entorno que lo rodea.

## CONCLUSIONES

A) A través de la realización del diagnóstico situacional se ha determinado que el cantón Antonio Ante es un lugar que cuenta con un gran potencial turístico, debido a sus empresas industriales y su gran variedad de productos que cada una de estas ofrecen. Por esta razón se ha reconocido como un lugar óptimo para la implementación de una empresa productora y comercializadora de jeans reversibles.

B) Mediante la investigación bibliográfica y linkografica se ha podido identificar varios aspectos, conceptos y bases teóricas relacionadas con el estudio, y de manera principal se ha conocido de manera más profunda lo relacionado con el producto.

C) El estudio de mercado permitió determinar la oferta y demanda del producto, así como también se ha conocido el procedimiento de producción del mismo. Mediante la investigación realizada se puede identificar la demanda a captar para el proyecto tomando en cuenta que existen varios comerciantes que traen productos casi similares de otros lugares, pero el aspecto relevante a tomar en cuenta es que en el cantón no existe una empresa dedicada a producir jeans reversibles.

D) En el estudio técnico se ha determinado el lugar óptimo para desarrollar el proyecto, y también los procesos de producción y el conocimiento técnico para la manipulación de la maquinaria requerida. Pero no se puede dejar de lado el requerimiento del talento humano, y los materiales e insumos requeridos que permitirán el desarrollo del proyecto, si se ha tomado en cuenta todos estos aspectos y se le da la importancia requerida se puede llegar a ejecutarlo con éxito.

E) El estudio financiero mediante la evaluación de los indicadores financieros y los resultados que reflejan estos han concluido, que el proyecto es viable, porque se podrá cubrir los costos y gastos incurridos con las ventas proyectadas y al precio que los compradores están dispuestos a pagar por el producto que se ofrecerá.

F) En la propuesta estratégica se presenta en forma más específica a la empresa su misión visión las estrategias con las que contara para direccionarse al éxito. La parte más importante es identificar el perfil idóneo del personal que se utilizara en la ejecución del proyecto de esta manera se podrá ser más eficientes y eficaces.

G) Por último se ha identificado los impactos tanto positivos como negativos que generara el proyecto, la afectación que se tendrá el medio ambiente y la sociedad y sobre todo el sector comercial de Antonio Ante y sus habitantes, de qué manera podrán ser beneficiados o perjudicados con la implementación del proyecto.



## RECOMENDACIONES

Se recomienda a las autoridades locales proporcionar información actualizada acerca del sector, y apoyar a las personas emprendedoras que deseen crear un negocio dentro del cantón para que estas puedan explotar las potencialidades turísticas que ofrece el sector.

Se recomienda la utilización de fuentes bibliográficas actualizadas y la utilización de bases de datos virtuales que permiten la obtención de información más amplia y de mejor calidad.

Lo recomendable en un proyecto de este tipo es dar un seguimiento al mercado meta que se ha tomado en cuenta como potenciales clientes. Debido que estos pueden cambiar, sus preferencias, gustos y diseños por esta razón es necesario conocer estos aspectos de manera continua y actualizada.

Realizar un análisis profundo y tener conocimiento de los requerimientos de la empresa para la adquisición de maquinarias y equipos debido que de esto depende el buen funcionamiento del proyecto y el rendimiento eficiente y eficaz del mismo.

Realizar un control de las actividades financieras del proyecto, realizar los pagos a tiempo de las cuotas de las deudas contraídas. Conocer los cambios en el aspecto tributario y cumplir con la ley vigente.

Se recomienda realizar actualizaciones de los manuales de funciones de los empleados, tratar de que estén en una mejora continua, también es importante la actualización de las estrategias que deben ir cambiando de acuerdo a los requerimientos y el paso del tiempo.

Es recomendable aplicar medidas preventivas que logren que el impacto negativo que genere la empresa afecte en lo menos posible al medio ambiente y el entorno en el que se desarrolla en proyecto.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Anzola, S. (2010). Administracion de pequeñas empresas. Mexico: Printed by Programas Educativos S.A.
- Bravo, M. (2009). Contabilidad de Costos. Quito: Nuevodia.
- Bravo, M. (2013). Contabilidad General. Quito: Escobar Impresores.
- Cuevas, C. (2010). Contabilidad de costos . Colombia: PEARSON EDUCACION S.A.
- Daft, R., & Dorothy, M. (2010). Introduccion a la Administracion. Mexico: Cengage Learning Editores S.A .
- Enriquez, J. (2013). Diseño e implementacion de procedimientos de tinturado. Ibarra: s/e.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. Mexico: Mc graw Hill.
- flores uribe, J. (2010). Proyectos de inversion para Pymes. Bogota: Ecoe ediciones.
- Guajardo, G., & Nora, A. (2014). Contabilidad Financiera. Mexico: El Comercio S.A.
- Herrera, J. (2013). Investigacion de mercados segunda edicion. Bogota: Eco ediciones.
- Izar, M. (2013). Ingenieria Economica y Financiera. Mexico: Trillas S.A.
- Lexus. (2013). Manual de contabilidad y Costos. Barcelona: Lexus Editores.
- Michael, P., Powell, M., & Mathews, K. (2013). Introduccion a la Economia. Madrid: Pearson educacion S.A.
- Ochoa, G. (2009). Administracion Financiera. Mexico: Mc Graw Hill .
- Ojeda, C., & Marmol, P. (2012). Marketin Turistico. España: Paraninfa S.A.
- Ortega, C. A. (2010). Proyecto de Inversion. Mexico: Grupo Patria cultural S.A.

- Parkin, M. (2009). *Economia*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Reeve, D. W. (2010). *Contabilidad Financiera*. Mexico: Adamsa Impresiones S.A.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversion formulacion y evaluacion* . Chile: Pearson Educacion S.A.
- Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito : Impresos Andinos S.A.
- Sinisterra v, P. I. (2014). *Contabilidad Administrativa* . Colombia: Proquest ebrary.
- Vargas Belmonte, A. (2013). *Marketing y plan de negocios de la microempresa*. España: PODiPrint.
- Zapata, p. (2011). *Contabilidad general*. Bogota: Mc Graw-hill-interamericana.

## LINKOGRAFÍA

- aaronverdug00. (s/f de mayo de 2012). [www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com). Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Plaza-En-Mercadotecnia/4329421.html>
- bromente.com. (2013). [www.bromente.com](http://www.bromente.com). Obtenido de <http://www.bromente.com/2013/07/tipos-de-pantalones-para-hombre/>
- contable, P. (2007 - 2013). Plan contable. Obtenido de <http://plancontable2007.com/niif-nic/nic-normas-internacionales-de-contabilidad/nic-18.html>
- definicion, p. d. (2014). Definicion.de plan de cuentas. Obtenido de <http://definicion.de/plan-de-cuentas/>
- e-conomic. (s/f de s/f de 2011). e-conomic. Obtenido de <https://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-pasivo>
- Educativa.es, c. (s/f de s/f de s/f). e-ducativa catedu. Obtenido de [http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio//2750/2764/html/13\\_elementos\\_de\\_la\\_empresa.html](http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio//2750/2764/html/13_elementos_de_la_empresa.html)
- elemprendedor.ec. (31 de Enero de 2012). [www.el emprendedor.ec](http://www.elemprendedor.ec). Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>
- empleo.gob.es. (s/f de s/f de s/f). [www.empleo.gob.es](http://www.empleo.gob.es). Obtenido de <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>
- enplenitud.com. (s/f de s/f de s/f). Taringa.net. Obtenido de <http://www.taringa.net/posts/info/876987/Historia-Del-Jean.html>
- expansion.com. (s/f de s/f de 2014). Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/activo.html>

fashionblog. (24 de Julio de 2013). fashionblogmexico.com. Obtenido de <http://fashionblogmexico.com/tipos-de-jeans/>

fido.palermo.net. (26 de Marzo de 2011). palermo.edu. Obtenido de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=7013&id\\_libro=322](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=7013&id_libro=322)

INEC, I. (2010). INEC. Obtenido de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

Santos, T. (s/f). eumed.com. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

Sarmiento, R. (2010). Contabilidad de Costos. Quito : Impresos Andinos S.A.

tintoreriamaldonado. (8 de Febrero de 2012). /[www.tintoreriamaldonado.com](http://www.tintoreriamaldonado.com).  
Obtenido de <http://www.tintoreriamaldonado.com/blog/el-proceso-del-tenido-de-telas>

Velastegui, W. (15 de septiembre de 2011). scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/65073986/CONTABILIDAD-GENERAL>

wordreference. (s/f de s/f de s/f). [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com). Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/jeans>

# ANEXOS

**ANEXO A** Encuesta dirigida a los pobladores y visitantes del cantón Antonio

Ante.

**Encuesta**

**JEANS REVERSIBLES**

**IMBABURA ECUADOR**

**La presente encuesta tiene por objeto recopilar datos comentarios e información referente e a la situación actual de producción y comercialización Y consumo de jeans en el cantón Antonio Ante.**

**Género** Masculino  Femenino

**Edad** 15-25  25-50  Más de 50

**1.- ¿Qué tipo de ropa usted usa?**

Casual  Deportiva

**2.- ¿Usted usa jeans?**

SI  NO

**3.- ¿Qué marca de jeans usted prefiere?**

Lee  tommy Hilfiger  Levis  No tiene una marca

**4.- ¿Al momento de comprar un jean que aspecto toma en cuenta?**

Marca  Calidad  Diseño  Preci

**5.- ¿En qué lugares usted compra?**

Centros comerciales  Mercados  Otros lugares

**6.- ¿Con que frecuencia usted compra una prenda jean?**

Quincenal  Mensual  Trimestral

**7.- ¿Cuánto suele gastar al momento de comprar un jean?**

Menos de 20       Entre 20 – 30       Entre 30-40       Más de 50

**8.- ¿Estaría dispuesto a comprar un jean reversible?**

Sí       No

**9.- Cuantos jeans estaría dispuesto a al comprar al mes**

1 a 3       3 a 5       más de 5

**10.- Que precio estaría dispuesto a pagar por un jean reversible**

30 a 40       40 a 50       más de 50

**11.- Donde le gustaría encontrar estas prendas**

Local comercial       Bou tics       Internet

**12.- A través de qué medios le gustaría enterarse las novedades de esta prenda**

Prensa

Televisión

Radio



**ANEXO B** Entrevista dirigida a vendedores de pantalones jeans en el Cantón Antonio Ante.

**Entrevista**

**IMBABURA ECUADOR**

- 1.- ¿De dónde son sus proveedores?**
- 2.- ¿Qué cantidad de pantalones traen cada vez que requieren?**
- 3.- ¿Cuáles son los principales compradores los locales o los turistas?**
- 4.- ¿Cuál es el mercado de mayor demanda Masculino o femenino?**
- 5.- ¿Cómo considera usted los precios de los pantalones jeans que comercializa?**
- 6.- ¿Qué aspectos considera usted para comprar los pantalones?**
- 7.- ¿Usted estaría dispuesto a tener un proveedor local de pantalones Jeans?**
- 8.- ¿Estaría dispuesto a comprar pantalones jeans reversibles para aumentar la variedad de productos en su negocio?**

**ANEXO C** Determinación del precio de venta y proyección de precios

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{CF} + \text{CV}}{\# \text{ Unidades Producidas}} + \% \text{ Margen de utilidad}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{44.818,39 + 70986,85}{4200} + 23\%$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{115515,24}{4800} + 23\%$$

$$\text{Precio de venta} = 27,57 + 6,34$$

$$\text{Precio de venta} = 33,9$$

**Proyección de Precios**

<b>A 3,67% Inflación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año5</b>
<b>Proy de Precios</b>	33,9	35,2	36,4	37,8	39,2

## ANEXO D Costos y gastos de Producción

### Costos

#### MATERIALES Y HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCION

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Juego de reglas	4	6	24
Mascarilla	20	2,5	50
Tijeras	4	5	20
Cinta métrica	4	4	16
<b>Total</b>			<b>110</b>

### Empaques

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Empaques	500	0,15	75
<b>Valor Anual</b>			<b>900</b>

### Servicios Básicos

#### Producción

Descripción	Valor mes	Valor año 1
Luz	100	1200
Agua	25	300
		<b>1500</b>

### Consumo de gas

Descripción	Valor mes	Valor anual
Consumo de gas	20	240

**Mantenimiento maquinaria y equipo**

Descripción	Valor mes	Valor anual
Mantenimiento M y E	40	480

**Gastos****GASTOS****Servicios básicos**

Descripción	Valor mes	Año 1
Luz	15	180
Agua	10	120
	25	300

**Servicios de comunicación**

Descripción	Valor mes	Año 1
Teléfono	15	180
Internet	25	300
	40	480

**Mantenimiento equipo de computación**

Descripción	Valor mes	Valor anual
Mantenimiento de computadores	20	240

**Publicidad**

Descripción	Valor mes	Año1
Radio	100	1200
Prensa	50	600
<b>Total</b>	150	1800

**Suministros de Oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Año 1</b>
Papel resma	10	4	40
Carpetas	10	0,6	6
Esferos	10	0,35	3,5
Tinta impresora	6	8	48
Cuadernos	5	1,5	7,5
Lápiz	10	1,2	12
Borrador	10	0,3	3
Basurero	4	7	28
Libretines (facturas)	4	6	24
			172

**Arriendo local de ventas**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mes</b>	<b>Año1</b>
<b>Arriendo local de ventas</b>	350	4200
<b>Total</b>	350	4200


**ANEXO E Modelos de pantalones jeans reversibles**



## ANEXO F Proformas de Maquinaria, Equipos, Muebles y suministros

## Proforma muebles

**“MUEBLES CALIDAD”**  
 FERNANDO CHANDI CADENA PROPIETARIO  
 ROCAFUERTE 10-61 Y LIBORIO MADERA



**PROFORMA**

Señor@  
 Adrián Guzmán  
 Cliente  
 Presente.-

De mi consideración:

En la siguiente proforma se detallan la cotización de los siguientes muebles:

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio modular	3	120	360
Archivadores	2	180	360
Sillas giratorias	3	40	120
Sillas de Recepción	3	35	105
Mesa de corte	1	600	600
Mesa de Planchado	1	300	300
Sillas	10	15	150
<b>TOTAL</b>			<b>1995</b>

**FORMA DE PAGO:**


El 50% a la firma del contrato y el otro 50% cuando se entregue los muebles.

**Atentamente:**

-----

Sr: Fernando Chandi  
 RUC: 0400502993001  
 TELF: (06) 2605-408  
 PROPIETARIO

## Proforma suministros de oficina



**PAPELSA**  
tu papelería

**PAPELSA tu papelería**

Dirección: Atuntaqui Calle Gral. Enríquez 13-71  
y Pérez Muñoz

Sucursal: Atuntaqui Calle Gral. Enríquez y Av.  
San Vicente

Teléfono: (06)2 906-751

**PROFORMA**

**Cliente:** Sr Adrián Guzmán

**Dirección:** Atuntaqui

**Teléfono:**

**Fecha:**

---

Cant	Detalle	V/Unitario	Valor Total
10	Papel resma	4	40
10	Carpetas	0,6	6
10	Esferos	0,35	3,5
6	Tinta impresora	8	48
5	Cuadernos	1,5	7,5
10	Lápiz	1,2	12
10	Borrador	0,3	3
<b>Total</b>			<b>120</b>

Todos los precios no incluyen IVA

Esta proforma Tiene valides Hasta 30 días después de su emisión

---


Vendedor

---

Cliente







## Proforma equipos de computación y de oficina



**System**  
 Dirección: Conado Alto, Sector La Boides  
 Calle: OE 9.12 / N 84  
 Telf: 08.4185.999 / 02.2497.595  
 E-mail: eduardo\_20@hotmail.com / bsystem@hotmail.es

**Mantenimiento Preventivo y Correctivo - Limpieza de virus**  
**- Respaldo de Información**  
**Actualización de Programas y Sistemas Operativos**  
**Cableado Estructurado**  
**Ventas de Computadoras y Suministros**  
**Servicio Técnico a Domicilio :**

PC Escritorio    Notebook    Netbook    IPAD

**PROFORMA**

Empresa: Sr Adrián Guzmán      Teléfono: 0990209322  
 Dirección: Atuntaqui              Fecha: 12/01/2013

Unidad /Mtrs	Detalle	V/Unitario	V/Total	Valor unitario + IVA
3	Computador Fijo Core i 3 Samsung	650	1950	1950
3	Impresora multifunción	120	360	360
1	Teléfono Fijo	80	80	80
1	Sumatra	48	48	48
<b>Subtotal</b>				2176,79
<b>IVA</b>				261,21
<b>Total</b>				2438

**GARANTIA 1 AÑO POR DEFECTO DE FABRICA**

**Vendedor:** Ronald Fierro  
**Forma de Pago:** Contado

Esta proforma tiene valides de 15 días después de la fecha de emisión.

## Proforma de Tela


**PROFORMA**

Quito, 10 de Junio / 2015

 Cliente  
**ADRIAN GUZMAN**
**IMPORTADOR/EXPORTADOR**

Todo tipo de telas y material para acabados

**CIUDAD: Atuntaqui**

Por medio de la presente, sírvase encontrar la proforma de las siguientes telas:

Cant Metros	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
5000	Tela Jean	5	25000
5000	Tela INDIANA JACK'S	4,5	22500
5000	Tela Driles Jean	5,5	27500
		Total	75000

**Vendedor:** Javier Gordon

**Forma de Pago:** Contado

Esta proforma tiene valides de 15 días después de la fecha de emisión.

## Proforma Maquinaria



.....siempre junto a las mejores marcas!

Guayaquil, 9 de Enero / 2015

Sr.(es)(a)(ta)  
**ADRIAN GUZMAN**

**CIUDAD: Atuntaqui**

Por medio de la presente, sirvase encontrar la proforma de las siguientes Máquinas Industriales:

CANT.	DESCRIPCION	Precio Unitario	TOTAL
1	Máquina Industrial Overlock 5 Hilos Marca: JUKI Modelo: MO-6716H Procedencia: JAPÓN	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1	Máquina Industrial RECTA ELECTRONICA <b>NO INCLUYE REGULADOR DE VOLTAJE</b> Marca: JUKI Modelo: DDL-9000B	\$ 900,00	\$ 900,00
1	Máquina Industrial ATRACADORA Marca: JUKI Modelo: LK-1900A-HS	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
1	Maquina Industrial Ojaladora de Lagrima <b>No incluye compresor de aire</b> Marca: REECE Modelo: S-311 Procedencia: Republica Checa	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
1	Máquina Industrial Cerradora de Codo Marca: JUKI Modelo: MS-1261	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
1	Máquina Industriales Pretinadora Tubular Marca: Kansai Special Modelo: FBX-1106PR	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
1	Máquina Industrial recubridora Marca: KANSAI SPECIAL Modelo: BLX-2202/PC	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1	Caldero Industrial de 3 planchas <b>INCLUYE MANO DE OBRA PARA INSTALACION</b> Marca: VEIT Modelo: 623-733-035-K	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00

**TOTAL...**

**29000**

- **6 MESES DE GARANTIA**
- **ESTOS PRECIOS YA INCLUYEN EL 12 % DEL I.V.A**

**Atentamente**

**SR. ARGELIS ESCANDÓN V.**  
**JEFE ALMACEN MATRIZ**  
**MACOSER S.A.**  
**E-mail: [argelis.escandon@macoser-sa.com](mailto:argelis.escandon@macoser-sa.com)**  
**PBX: 042313915 – Ext. 125**  
**R.U.C. # 0992144467001**