

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA



TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TERNOS PARA DAMAS, FABRICADOS DE MANERA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

AUTORA: Tarapuez Perenguez Diana Valeria

TUTORA: Ing. Ana Arciniegas

Ibarra - 2017

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de grado tiene como finalidad implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de ternos para damas, fabricadas de manera artesanal en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, destacándose por su industria textil, para conocer las oportunidades que tiene la empresa e implementarse en el mercado local, se ha considerado indispensable realizar un diagnóstico situacional permitiéndonos conocer la situación actual del sector y factores que benefician la creación del proyecto. En el marco teórico se han tomado como referencia las bases teóricas científicas más actuales. En el estudio de mercado, se determinó el mercado meta al cual está dirigido el producto, a través de encuestas se recolecto información logrando determinar la demanda insatisfecha factor fundamental para la continuidad del estudio. En cuanto al estudio Técnico, se estableció el lugar para la ejecución del proyecto, el proceso productivo de las prendas, el requerimiento de tecnología, recurso humano y materia prima e insumos con los que contará la empresa. En el estudio financiero se estableció el monto de la inversión así como el financiamiento, necesarios para su buen funcionamiento, en esta sección se conoce la rentabilidad del proyecto así como el tiempo en el cual se recuperará la inversión. En el estudio administrativo se ha establecido el nombre comercial, manual de funciones y el perfil para la obtención del cargo en la empresa. Para finalizar se ha realizado un estudio de impactos dando a conocer el efecto positivo o negativo del proyecto.

SUMMARY

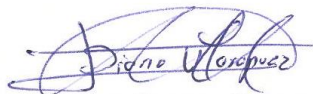
This degree work aims to implement a company dedicated to the production and merchandising of suits for ladies, handmade in the city of Ibarra, Imbabura province, standing out for its textile industry, to know the opportunities that the company has and Implemented in the local market, It has been considered essential to carry out a situational diagnosis that allows to know the current situation of the sector and the factors that favor the creation of the project. In the theoretical framework, the most current scientific theoretical bases have been taken as reference. In the market study, the target market was determined to which the product is directed, through surveys, information was collected, determining the unsatisfied demand a fundamental factor for the continuity of the study. Regarding the technical study, the place for the execution of the project was established, the production process of the garments, the request of technology, human resource and raw material and inputs with that will count the company. In the financial study it was established the amount of investment as well as financing, necessary for its proper functioning, in this section Will be known the profitability of the project as well as the time in which the investment will be recovered. In the administrative study the commercial name has been established, function manual and the profile for obtaining to get the position in the company. Finally, an impact study has been carried out showing the positive or negative effect of the project.

AUTORÍA

iv

AUTORÍA

Yo, Diana Valeria Tarapuez Perenguez portadora de la cedula de identidad Nro. 100391377-7, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TERNOS PARA DAMAS, FABRICADOS DE MANERA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional ya que se ha consultado en diferentes fuentes bibliográficas las mismas que influyen en este proyecto.



Diana Tarapuez Perenguez

C.I 100391377-7

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

v

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de asesor de trabajo de grado presentado por la señorita de décimo semestre, Diana Valeria Tarapuez Perenguez, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría C.P.A, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TERNOS PARA DAMAS, FABRICADOS DE MANERA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de Septiembre de 2017.



Ing. Ana Arciniegas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **TARAPUEZ PERENGUEZ DIANA VALERIA** con cedula de identidad Nro. 100391377-7, manifiesto mi voluntad de ceder a la universidad técnica del norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TERNOS PARA DAMAS, FABRICADOS DE MANERA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hare entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Diana Tarapuez Perenguez

C.I 100391377-7

En la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de Septiembre de 2017.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100391377-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Tarapuez Perenguez Diana Valeria		
DIRECCIÓN:	Ibarra		
EMAIL:	dianat0407@gmail.com		
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL:	0990927053
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TERNOS PARA DAMAS, FABRICADOS DE MANERA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.		
AUTORA:	Tarapuez Perenguez Diana Valeria		
FECHA:	2017-09-15		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A		
ASESOR / DIRECTOR:	ING. ANA ARCINIEGAS		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, TARAPUEZ PERENGUEZ DIANA VALERIA con cedula de ciudadanía Nro. 100391377-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago 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

La autora Tarapuez Parenguez Diana manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la 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 reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de Septiembre de 2017.

LA AUTORA



Tarapuez Perenguez Diana

C.I. 100391377-7

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi padre que con su esfuerzo, trabajo y apoyo incondicional hizo posible la culminación de mis estudios y a toda mi familia quienes han creído en mí proporcionándome sus consejos para nunca declinar y continuar contra cualquier adversidad encontrada en el camino y alcanzar el éxito.

A Dios por permitirme culminar una etapa más de mi vida brindándome salud y fe, sobre todo por darme la fuerza necesaria para enfrentar los inconvenientes que se me han presentado a lo largo de la vida.

Diana Tarapuez Perenguez

AGRADECIMIENTO

A la universidad Técnica del Norte, quien me acogió en su casona brindándome la oportunidad de una educación de calidad para ser una profesional de éxito.

A los catedráticos de la prestigiosa universidad quienes han compartido los conocimientos, y vivencias influyendo de manera positiva en mí formación.

De manera especial a mi directora de tesis Dr. Ana Arciniegas quien con su conocimiento, orientación supo guiarme de manera positiva en la elaboración del trabajo.

Diana Tarapuez Perenguez

INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO	x
INDICE GENERAL.....	xi
INDICE DE TABLAS.....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxviii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxx
INTRODUCCIÓN.....	xxxi
OBJETIVO GENERAL	1
Objetivos específicos	1
CAPÍTULO I.....	3
1. Estudio Diagnóstico.....	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Justificación	4
1.4 Objetivos del Diagnostico	6
1.5 Variables Diagnósticas	6
1.6 Indicadores	7
1.7 Matriz de relación Diagnóstica.....	9
1.8 Técnicas de Investigación.....	10
1.9 Análisis de las variables Diagnostica	10
1.9.1 Aspecto Geográficos	10
1.9.2 Aspectos Demográficos.....	11

1.9.3 Aspectos Económicos.....	13
1.9.4 Materia Prima	18
1.9.5 Servicios básicos	19
1.10 Construcción de la matriz AOOR.....	21
1.11 Identificación de la oportunidad de inversión.	22
CAPÍTULO II.....	23
2. MARCO TEÓRICO	23
2.1 Objetivo General.....	23
➤ Bosquejo del capítulo	23
2.2 Estudio de factibilidad.....	24
2.2.1 Empresa	24
➤ Clasificación de empresas de acuerdo a la actividad económica.	24
➤ Las empresas de servicios.....	24
➤ Las empresas comerciales	24
➤ Las empresas industriales	25
2.2.2 Emprendedor	26
2.2.3 Innovación	26
2.2.4 Contabilidad	26
2.2.5 Ropa formal	27
➤ Tendencia.....	27
➤ Confección de prendas de vestir.....	27
➤ Tipos de telas	27
2.3 Estudio de mercado	28
2.3.1 Mercado	29
2.3.2 Mercado Meta.....	29
2.3.3 Canales de distribución.....	30
2.3.4 Oferta.....	31

2.3.5 Demanda.....	31
2.3.6 Demanda Insatisfecha.....	32
2.3.7 Precio.....	32
2.3.8 Producto.....	32
2.3.9 Promoción.....	33
2.4 ESTUDIO TECNICO.....	33
2.4.1 Tamaño del proyecto	33
2.4.2 Localización.....	34
2.4.3 Macrolocalización	34
2.4.4 Microlocalización	35
2.4.5 Tecnología	35
2.4.6 Inversión	36
2.4.7 Inversión fija.....	36
2.4.8 Inversión Diferida.....	36
2.5 ESTUDIO FINANCIERO.....	37
2.5.1 Ingresos.....	37
2.5.2 Gastos	37
➤ Gastos Administrativos	38
➤ Gastos de Venta.....	38
2.5.3 Materia Prima	39
2.5.4 Materia prima directa.....	39
2.5.5 Mano de obra.....	40
2.5.6 Costo.....	40
➤ Costos Fijos	40
➤ Costos Variables.....	41
➤ Costos Directos.....	42
➤ Costos indirectos de fabricación.....	42

2.5.7 Depreciación.....	42
2.6 Estados financieros	43
2.6.1 Estado de Situación Financiera.....	43
2.6.2 Estado de Resultados Integrales	43
2.6.3 Estado de Flujo de Efectivo.....	44
2.7 Indicadores	44
2.7.1 Valor Presente Neto (VPN)	44
2.7.2 Tasa Interno de Retorno	45
2.7.3 Punto de equilibrio	46
2.7.4 Periodo de recuperación	46
2.8 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	47
2.8.1 Planeación estratégica	47
2.8.2 Misión.....	47
2.8.3 Visión	48
2.8.4 Objetivos Estratégicos	48
2.8.5 Valores.....	49
2.8.6 Organigrama	49
CAPÍTULO III	51
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	51
3.1 Presentación.....	51
3.2 Objetivos de la Investigación	52
3.2.1 Objetivo General.....	52
3.2.2 Objetivos específicos.....	52
3.3 Variables de mercado	52
3.3.1 Variables.....	52
3.4 Indicadores	53
3.5 Matriz del estudio de mercado.....	54

3.6 Identificación del producto.....	55
3.6.1 Características.....	55
3.6.2 Ventajas y Desventajas.....	56
3.7 Segmentación del mercado.....	56
3.7.1 Mercado Meta.....	57
3.7.2 Tamaño de la Muestra.....	57
3.8 Técnicas de investigación.....	58
3.8.1 Información Primaria.....	58
3.9 Tabulación y análisis de la información.....	58
Tabulación y análisis de la información.....	76
3.10 Análisis y proyección de la demanda.....	91
3.10.1 Demanda actual.....	91
3.10.2 Proyección de la demanda.....	94
3.11 Análisis y proyección de la oferta.....	95
3.11.1 Análisis de la oferta.....	95
3.11.2 Oferta actual.....	95
3.11.3 Proyección de la oferta.....	97
3.12 Balance oferta demanda.....	98
3.12.1 Demanda potencial a satisfacer.....	100
3.13 Análisis de los precios.....	100
3.13.1 Proyección de los precios.....	101
3.14 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	103
3.14.1 Producto.....	103
Terno con falda o vestido.....	103
Terno con pantalón.....	104
Blusa.....	106
Pantalón.....	106

Falda	107
Vestidos	108
3.14.2 Precio	109
3.14.3 Plaza o Distribución	109
3.14.4 Promoción.....	109
3.14.5 Publicidad	110
Conclusiones del estudio de mercado.....	110
CAPÍTULO IV	112
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	112
4.1 Presentación.....	112
4.2 Objetivo general	112
4.2.1Objetivos específicos.....	112
4.3 Localización del proyecto.....	113
4.3.1 Macro localización	113
4.3.2 Micro localización	114
4.3.2.1 Localización de la comercialización del producto	115
4.4 Tamaño del proyecto	116
4.4.1 Factores determinantes del tamaño del proyecto.....	116
➤ Disponibilidad de recursos financieros.....	116
➤ Materia prima e insumos	117
➤ Disponibilidad de tecnología e insumo	117
➤ Talento Humano	118
4.5 Capacidad Instalada.....	119
4.6 Distribución de la fábrica	123
4.6.1 Diseño de las instalaciones de la fábrica	123
4.6.2 Diseño del punto de venta	124
4.7 Diseño del proceso productivo de cada una de las prendas.....	125

4.8 Inversión fija.....	130
4.8.1 Terreno.....	130
4.8.2 Obra civil	130
4.8.3 Maquinaria.....	131
4.8.4 Muebles y enseres.....	131
4.8.5 Equipo de computación	132
4.9 Costos y Gastos	133
4.9.1 Costos de producción	133
4.9.1.1 Materia Prima	133
4.9.1.2 Mano de obra directa	134
4.10 Costos indirectos de fabricación.....	136
4.10. 1 Materia Prima Indirecta	136
4.10.2 Energía eléctrica	137
4.10.3 Materiales de confección	138
4.10.4 Mantenimiento de la maquinaria	138
4.11 Gastos administrativos.....	139
4.11.1 Sueldos administrativos.....	139
4.11.2 Suministros y materiales de oficina.....	140
4.11.3 Servicios básicos	141
4.11.4 Mantenimiento del equipo de computación.....	141
4.12 Gastos pre operativos	142
4.13 Materiales de aseo	142
4.14 Sueldos del personal de ventas	143
4.15. Gasto Arriendo	143
4.16 Gasto Publicidad.....	144
4.17 Gasto Transporte	144
4.18 Capital de Trabajo	145

4.18.1 Gastos financieros	146
4.19 Financiamiento del Proyecto	146
CAPÍTULO V	147
5. ESTUDIO FINANCIERO	147
5.1 Ingresos.....	147
5.1.1 Ingresos proyectados	147
5.2 Egresos	150
5.2.1 Determinación de los egresos	150
5.3 Proyección de costos y gastos.....	150
5.3.1 Costos de Producción	150
5.3.1.1 Materia Prima Directa	151
5.3.1.2 Mano de Obra Directa MOD	153
5.3.1.2.1 Proyección de MOD	153
5.3.1.3 Costos Indirectos de Fabricación.....	154
5.3.1.3.1 Insumos.....	155
5.3.1.3.2 Materiales indirectos.....	156
5.3.1.3.3 Energía Eléctrica.....	156
5.3.1.3.4 Materiales de confección	157
5.3.1.3.5 Mantenimiento de maquinaria	158
5.3.1.4 Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	159
5.3.2 Resumen de costos de producción.....	159
5.3.3 Gastos Administrativos	159
5.3.3.1 Sueldos Administrativos.....	160
5.3.3.2 Suministros de Oficina	160
5.3.3.3 Materiales de Aseo	161
5.3.3.4 Servicios Básicos.....	162
5.3.3.5 Mantenimiento del Equipo de Cómputo.....	163

5.3.4 Gasto Organización	164
5.3.5 Depreciaciones y Amortizaciones	164
5.3.5.1 Depreciaciones.....	164
5.3.5.2 Amortizaciones.....	165
5.3.6 Resumen de gastos administrativos.....	166
5.3.7 Gastos de venta.....	167
5.3.7.1 Sueldos del personal de ventas	167
5.3.7.2 Gasto arriendo	168
5.3.7.3 Gasto Transporte	168
5.3.7.4 Gasto publicidad.....	169
5.3.7.5 Gasto Promoción	170
5.3.8 Resumen de Gastos de Venta	170
5.3.9 Gastos Financieros.....	171
5.3.9.1 Amortización de la deuda.....	171
5.4 Resumen de costos y gastos	173
5.5 Estados proforma.....	173
5.5.1 Estado de situación inicial	173
5.5.2 Estado de resultados integrales.....	174
5.5.3 Flujo de Caja.....	176
5.6 Evaluación de la inversión.....	178
5.6.1 Costo de oportunidad.....	178
5.6.2 Tasa de Rendimiento medio TRM.....	179
5.6.3 Valor Actual Neto VAN.....	179
5.6.4 Tasa Interna de Retorno TIR	181
5.6.5 Relación costo Beneficio	182
5.6.6 Periodo de recuperación de la Inversión.....	183
5.6.7 Punto de Equilibrio.....	184

5.7 Resumen de evaluadores financieros.....	186
CAPÍTULO VI.....	188
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	188
6.1 Objetivo general	188
6.2 Objetivos estratégicos.....	188
6.3 Presentación.....	188
6.4 Nombre y razón social.....	189
6.5 Eslogan	189
6.6 Logotipo	189
6.7 Misión.....	190
6.8 Visión	190
6.9 Valores estratégicos.....	190
6.10 Principios.....	191
6.11 Políticas empresariales	192
6.12 Estructura administrativa.....	193
6.12.1 Organigrama estructural	193
6.13 Estructura funcional.....	194
6.14 Manual de funciones.....	196
6.15 Aspectos legales	201
6.15.1 Base legal.....	201
6.15.2 Domicilio.....	201
6.15.3 Objeto	201
6.16 Requisitos para el funcionamiento	201
CAPÍTULO VII.....	203
IMPACTOS DEL PROYECTO	203
7.1 Presentación.....	203
7.2 Herramientas de validación	203

7.3 Aspectos considerados importantes en el proyecto	204
7.3.1 Impacto Económico.....	204
7.3.2 Impacto Social	205
7.3.3 Impacto Ambiental	206
7.3.4 Impacto Comercial	207
7.4 Impacto General	208
CONCLUSIONES.....	210
RECOMENDACIONES	212
BIBLIOGRAFÍA	214
LINKOGRAFÍA.....	217
ANEXOS	218
Anexo 1	218
Anexo 2	222
Anexo 3	225
Anexo 4	226
Anexo 5	227
Anexo 6	227
Anexo 7	230

INDICE DE TABLAS

Habitantes de la ciudad.....	3
Población del cantón Ibarra por sexo y parroquia	11
Cobertura de servicios básicos	20
Suficiencia vial cantonal.....	21
Tabla de la población proyectada al 2016	56
Ocupación de la población objetivo	59
Edad de la población encuestada	60
Adquisición de ropa formal	61
Exigencias al momento de la adquisición	62
Lugar de adquisición del producto	63
Frecuencia de adquisición	64
Texturas de la ropa formal.....	65
Prendas de complemento	67
Número de prenda adquiridas.....	68
Diseños de preferencia.....	69
Prenda adquiridas	70
Nivel de ingresos de la demanda	71
Información de promociones	72
Presupuesto mensual	73
Precio estimado por prendas.....	74
Ocupación de la localidad.....	76
Fabricación y adquisición por mes	77
Materiales para la comercialización	79
Autoría en los diseños	80
Ocupación de la población	81
Comercialización de prendas.....	82

Frecuencia de producción.....	83
Atención al cliente	84
Temporada que incrementan las ventas.....	85
Fijación de precios.....	86
Comercialización del producto.....	87
Forma de comercialización.....	88
Mano de obra.....	89
Fijación de remuneración	90
Demanda de ternos con Pantalón.....	91
Demanda de ternos con falda	92
Demanda de pantalón	92
Demanda de vestido.....	92
Demanda de blusas	93
Demanda de faldas.....	93
Resumen de la demanda actual.....	93
Demanda proyectada en unidades	94
Oferta actual en unidades semanal	96
Oferta actual en unidades mensuales.....	96
Oferta actual en unidades anuales	97
Proyección de la oferta	97
Demanda potencial a satisfacer de ternos con pantalón	98
Demanda potencial a satisfacer de ternos con falda	98
Demanda potencial a satisfacer de pantalón.....	99
Demanda potencial a satisfacer de vestidos	99
Demanda potencial a satisfacer de blusas.....	99
Demanda potencial a satisfacer de faldas	100
Precios de mercado.....	101

Tasa promedio de inflación de los precios	101
Precios de mercado	102
Micro localización por el método cualitativo por puntos	115
Principales proveedores	117
Maquinaria e insumos para el proyecto	117
Empresas proveedoras de tecnología.....	118
Talento humano requerido.....	118
Resumen de la capacidad de producción.....	122
Producción anual	122
Distribución de la fábrica	124
Valor del terreno.....	130
Obras civiles	130
Disponibilidad de maquinaria.....	131
Mobiliarios y enseres.....	131
Equipo de computación	132
Inversión fija.....	133
Precios de la materia prima	133
Materia prima necesaria.....	134
Tasa de incremento del Sueldo Básico Unificado SBU	135
Proyecciones del SBU	135
Proyección de salarios y beneficios de MOD.....	136
Materia prima indirecta MPI	136
Servicio de energía eléctrica.....	137
Materiales para la elaboración.....	138
Resumen de los costos indirectos de fabricación	139
Sueldos y beneficios del personal administrativo	140
Suministros de oficina	140

Servicios básicos	141
Mantenimiento del equipo de computación.....	142
Gastos de constitución	142
Materiales de aseo y limpieza.....	142
Sueldos y beneficios adicionales del personal de ventas.....	143
Arriendo del local de venta.....	143
Publicidad	144
Transporte.....	144
Capital de trabajo.....	145
Estructura de la inversión	145
Financiamiento del proyecto	146
Proyección de los ingresos	148
Proyección de los ingresos	149
Resumen de ingresos	149
Estructura de la inversión	150
Proyección de materia prima	151
Proyección de materia prima	152
Resumen de materia prima	153
Proyección de salarios de MOD	153
Proyección de beneficios sociales	154
Proyección de insumos	155
Proyección de insumos	155
Insumos.....	156
Materiales indirectos.....	156
Servicio de energía eléctrica.....	157
Proyección del servicio de energía eléctrica.....	157
Materiales para la confección	157

Proyección de los materiales para la confección	158
Mantenimiento de maquinaria	158
Mantenimiento de maquinaria	158
Resumen de CIF	159
Resumen de los costos de producción	159
Sueldos administrativos	160
Proyección de sueldos	160
Suministros	161
Proyección de los suministros a utilizar	161
Suministros de aseo	161
Proyección de los suministros de aseo	162
Servicios básicos	162
Proyección de servicios básicos	163
Mantenimiento del equipo de cómputo del proyecto	163
Proyección del valor de mantenimiento del equipo de cómputo	163
Gasto organización	164
Depreciaciones	164
Proyección de depreciaciones	165
Resumen de depreciaciones	165
Amortizaciones	166
Resumen de gastos administrativos	166
Sueldos de ventas	167
Proyección de remuneraciones y beneficios adicionales	167
Arriendo del local	168
Proyección del arriendo del local	168
Transporte	168
Proyecciones del transporte	169

Publicidad.....	169
Proyección de publicidad.....	169
Promoción.....	170
Proyecciones de la promoción.....	170
Resumen de gastos de ventas.....	170
Datos del préstamo	171
Tabla de amortización de la deuda	171
Gastos financieros	172
Resumen de costos y gastos	173
EMPRESA “FEMMETEX”	174
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	174
Tabla para el cálculo de impuesto a la renta IR.....	175
ESTADO DE RESULTADOS	176
ESTADO DE EFLUJO DE EFECTIVO	177
Costo de oportunidad.....	178
Flujos de caja	180
Flujos de caja	181
Relación costo beneficio.....	182
Periodo de recuperación de la inversión.....	184
Punto de equilibrio en unidades.....	185
Resumen de indicadores	186
Escala de medición de impactos.....	203
Impacto económico.....	204
Impacto social.....	205
Impacto ambiental	206
Impacto comercial	207
Impacto general	208

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N 1 Ubicación geográfica de la parroquia.....	4
Gráfico N 2 Ubicación del cantón	10
Gráfico N 3 Población ocupada por rama de actividad	14
Gráfico N 4 Grupos étnicos del cantón Ibarra.....	12
Gráfico N 5 Canales de comercialización	16
Gráfico N 6 PEA del cantón Ibarra por actividades	17
Gráfico N 7 Puntos de venta de materia prima.....	19
Gráfico N 8 Ocupación de la población	59
Gráfico N 9 Edad.....	60
Gráfico N 10 Adquisición de ropa formal	61
Gráfico N 11 Exigencias al momento de la adquisición	62
Gráfico N 12 Lugar de adquisición	63
Gráfico N 13 Frecuencia de adquisición	64
Gráfico N 14 Texturas de la ropa formal.....	66
Gráfico N 15 Prendas de complemento	67
Gráfico N 16 Número de prendas adquiridas	68
Gráfico N 17 Diseños	69
Gráfico N 18 Prendas adquiridas.....	70
Gráfico N 19 Nivel de ingresos de la demanda.....	71
Gráfico N 20 Información de promociones	72
Gráfico N 21 Presupuesto mensual	73
Gráfico N 22 Precio estimado por prendas.....	75
Gráfico N 23 Procedencia de la ropa.....	76
Gráfico N 24 Fabricación y adquisición por semana	78

Gráfico N 25 Procedencia de los materiales y mercadería.....	79
Gráfico N 26 Diseño de su autoría	80
Gráfico N 27 Confección.....	81
Gráfico N 28 Comercialización de prendas.....	82
Gráfico N 29 Frecuencia de fabricación.....	83
Gráfico N 30 Atención al cliente.....	84
Gráfico N 31 Incremento de ventas	85
Gráfico N 32 Fijación de precios.....	86
Gráfico N 33 Comercialización del producto.....	87
Gráfico N 34 Forma de comercialización	88
Gráfico N 35 Forma de comercialización	89
Gráfico N 36 Pago a los empleados	90
Gráfico N 38 Distribución de la planta.....	124
Gráfico N 39 Diagrama de producción de chaqueta.....	125
Gráfico N 40 Diagrama de producción de Pantalón.....	126
Gráfico N 41 Diagrama de producción de falda.....	127
Gráfico N 42 Diagrama de producción de blusa	128
Gráfico N 43 Diagrama de producción de vestido	129

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Terno con Falda.....	104
Ilustración 2 Terno con pantalón.....	105
Ilustración 3 Terno con pantalón.....	105
Ilustración 4 Blusa.....	106
Ilustración 5 Pantalones.....	107
Ilustración 6 Faldas.....	107
Ilustración 7 Vestidos.....	108
Ilustración 8 Mapa de la provincia de Imbabura.....	113
Ilustración 9 Ubicación de la planta.....	114
Ilustración 10 Plano de la localización de la planta.....	114
Ilustración 11 Ubicación del punto de venta.....	116
Ilustración 12 Organigrama estructural.....	194

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto busca la factibilidad de una empresa productora y comercializadora de ternos para damas, fabricados de manera artesanal en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, luego de un proceso de investigación, busca sostener la viabilidad y factibilidad del objetivo general.

Capítulo I; se establece un diagnóstico situacional de la zona donde se implementará la empresa, además se identificó los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos

Capítulo II; en esta sección se elaboró un marco teórico científico con la finalidad de tener una visión más amplia de tema del proyecto, la información fue recolectada de libros actuales.

Capítulo III; se elaboró el estudio de mercado donde se identificó a los posibles consumidores mediante la segmentación, el producto a ofertar, la tasa de crecimiento poblacional de mujeres en la ciudad de Ibarra, así como también la obtención de información de la encuesta como es el ingreso de los consumidores, gustos, preferencias, datos que han sido relevantes para la continuación del estudio, además se obtuvo la demanda a satisfacer.

Capítulo IV; se ha determinado la macro y micro localización, el tamaño del proyecto, la capacidad de producción; además se establecieron factores determinantes como la disponibilidad de materia prima, tecnología y talento humano, conjuntamente se constituyó el presupuesto para la inversión fija, variable y capital de trabajo obteniendo la inversión total, se ha diseñado las instalaciones que se consideraron aptas para la implementación del proyecto, así como también los flujos de procesos.

Capítulo V; se refiere al estudio financiero en el cual se elaboró las proyecciones de ingresos, costos y gastos tanto fijos como variables, gastos financieros con los se elaboró el estado de situación Inicial, estado de pérdidas y ganancias, flujo de efectivo, los cuales se sometieron a evaluación mediante indicadores como el valor actual neto, Tasa interna de retorno, Costo beneficio, punto de equilibrio y el periodo de recuperación de la inversión.

Capítulo VI; se estableció la estructura organizacional que tendrá la empresa, el perfil profesional, funciones y responsabilidades para cada puesto de trabajo, además se formuló políticas empresariales para los clientes, proveedores y personal administrativo.

Capítulo VII; se estudió los posibles impactos que generará el proyecto en el ámbito económico, social, ambiental y comercial

Finalmente se realizaron conclusiones y recomendaciones del presente estudio.

Una vez analizado cada uno de los capítulos se puede establecer la creación de una empresa productora y comercializadora de ternos para damas, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, por todo lo antes mencionado se instituye que dicha actividad será rentable, generará fuentes de trabajo y se posesionará en el medio local como una empresa líder.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ternos para damas, fabricados de manera artesanal, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura mediante estudios de mercado, técnicos y económicos, con la finalidad de determinar la rentabilidad del proyecto.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra mediante el uso de herramientas de investigación con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que pueda tener el proyecto.
- Construir un marco teórico mediante investigación bibliográfica con el propósito de conceptualizar términos importantes que sustenten la buena formulación del proyecto propuesto.
- Desarrollar un estudio de mercado mediante investigación de las diferentes variables como oferta, demanda, producto, precio, plaza con la finalidad de determinar el mercado potencial a satisfacer de ternos para damas.
- Realizar un estudio técnico mediante análisis de proyecciones para determinar el tamaño, localización, micro localización, materia prima, ubicación y proceso productivo necesario para la puesta en marcha del proyecto.
- Efectuar un estudio económico-financiero a través del análisis de indicadores financieros como el TIR, VAN, TRM, Punto de Equilibrio, entre otros que permitan determinar si el proyecto es rentable.

- Elaborar una propuesta de estructura organizacional que contenga misión, visión, organigrama estructural y funciones propuestas con el fin de garantizar la buena marcha del proyecto.

- Establecer los posibles impactos que se derivan del proyecto en los aspectos: económico, social, cultural, comercial y ambiental que puedan crearse en el avance del proyecto, mediante el uso de técnicas de proyección, con la finalidad de potencializar los efectos positivos y atenuar los negativos que pudieren generarse de la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1. Estudio Diagnóstico

1.1 Antecedentes

La provincia de Imbabura según el censo 2010 tiene una población de 398 244 habitantes la cual cuenta con 6 cantones Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro, San Miguel de Urcuquí. Su ubicación es en la zona 1, sobre la hoya de Chota. Su población es del 54% de mestizos, 32% de blancos, 9% indígenas, 3% negros y 2% repartido entre asiáticos, mulatos, castizos y otros.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, la ciudad de Ibarra tiene una población de 181.175. La población de Ibarra cuenta con más mujeres que varones, esto demostrado que en Ibarra hay 1,06 mujeres por varón, cifra similar a la de Quito en Ecuador.

Tabla N° 1
Habitantes de la ciudad

Género	N° de Habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%

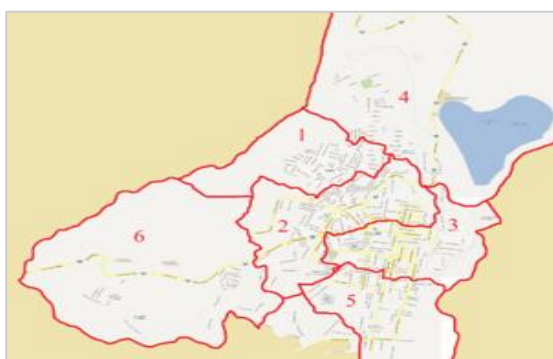
Fuente: INEC

➤ **Clima:**

La ciudad cuenta con un clima mediterráneo continentalizado según la clasificación climática, una de las pocas regiones que ofrece este tipo de clima en Ecuador y el norte de Sudamérica. Ibarra tiene una temperatura promedio de 18°C, oscilando entre una temperatura media en diciembre de 7°C y de hasta 32°C en agosto. El clima anual se divide en 3 partes: la etapa seca que va desde junio hasta principios de septiembre, la

época calurosa de principios de septiembre a mediados de febrero y la fría de finales de febrero a finales de mayo.

La ciudad de Ibarra cuenta con 7 parroquias rurales (Ambuqui, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio), 6 parroquias urbanas (Caranqui, Guayaquil de Alpachaca, Sagrario, San Francisco, La Dolorosa de Priorato) La cabecera cantonal es San Miguel de Ibarra.



1. Alpachaca
2. San Francisco
3. El Sagrario
4. Priorato
5. Caranqui

Fuente: mapas, [https://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))

Gráfico N 1 Ubicación geográfica de la parroquia

1.2 Justificación

Es conveniente la creación de un taller para confeccionar y comercializar ternos para damas, debido a que generará nuevas plazas de empleos en la ciudad ayudando al crecimiento económico de la parroquia y de la ciudad donde se implementará la empresa.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito realizar un estudio detallado de la producción y comercialización de ropa formal, que evidencie la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto en la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra Parroquia de San Antonio.

En lo económico el presente proyecto promoverá la generación de empleo para las amas de casa, que anteriormente se dedicaba a los quehaceres domésticos, cuidado de niños, mediante la implementación del proyecto en la parroquia. Además proponer a los consumidores un tipo de vestimenta alternativa a un bajo costo que pueda competir con los productos que ya existen en el mercado local, así como también con los del exterior.

En lo legal los productos serán fabricados cumpliendo los estándares de calidad, garantizando la eficiencia y eficacia para realizar prendas de vestir.

En lo académico, se puede ver la oportunidad de desarrollar los conocimientos adquiridos a la práctica mediante la creación de empresas, palpando temas financieros, relacionándose con los proveedores y empleados.

Existencia de mano de obra en el cantón factor fundamental para la competitividad en el libre mercado, por ende se ha incitando a utilizar una estrategia de precios bajos, lo cual es beneficioso para el proyecto. Las prendas serán confeccionadas de manera artesanal de acuerdo al gusto y preferencia del consumidor, basado en revistas, folletos, etc, debidamente supervisados por un maestro de taller (sastre).

En cuanto a lo social las microempresas artesanales no han podido sobresalir debido a los altos índices de contrabando constituyéndose en uno de los principales factores para la estabilidad de las pequeñas y medianas empresas, limitando el desarrollo que se podría alcanzar en la rama de confección y comercialización de prendas de vestir.

El presente proyecto busca innovar diseños y cortes que resalten la personalidad de la mujer en todos sus aspectos.

1.4 Objetivos del Diagnostico

1.4.1 Objetivo General

Realizar un estudio diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra el cual nos permita conocer las tendencias de los consumidores para lo cual se hará uso de herramientas de investigación con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que pueda tener el proyecto.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la ubicación geográfica de funcionamiento del proyecto.
- Identificar la demografía de la zona de estudio.
- Identificar las actividades económicas de la zona de estudio.
- Estudiar niveles de ingresos de la población económicamente activa del cantón Ibarra.
- Determinar la mano de obra existente en la zona.
- Establecer la disponibilidad de materia prima.
- Evidenciar la existencia de servicios básicos en la zona de estudio.

1.5 Variables Diagnósticas

1.5.1 Variable

Es una característica o cantidad, que puede ser susceptible a cambios que son objeto de análisis, medición y observación en una investigación.

- ❖ Ubicación geográfica
- ❖ Demografía
- ❖ Actividad económica

- ❖ Niveles de Ingresos
- ❖ Mano de obra
- ❖ Servicios básicos

1.6 Indicadores

1.6.1 Definición

Es un elemento que se utiliza para indicar o señalar, este puede ser concreto como abstracto confiable y sensible a los cambios.

- ✓ **Ubicación geográfica**

- Limites

- Ubicación

- ✓ **Demografía**

- Población

- Cultura

- ✓ **Actividad económica**

- Principales actividades económicas de la población

- ✓ **Niveles de Ingreso**

- Ingresos por actividad económica

- ✓ **Recurso Humano**

- Experiencia

- Nivel de educación

- ✓ **Materia prima**

- Accesibilidad

- ✓ **Servicios básicos**

- Agua

Luz

Internet

Servicio telefónico

1.7 Matriz de relación Diagnóstica

N°	Objetivos Diagnóstico	Variables	Indicadores	Técnica	Primaria Secundaria	Informantes
1	Determinar la ubicación geográfica de la zona de estudio.	Ubicación geográfica	Límites Geografía	Documento Bibliográfico	web	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
2	Identificar la demografía de la zona de estudio.	Demografía	Población Cultura	Documento Bibliográfico	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
3	Identificar las actividades económicas de la zona de estudio.	Actividades económicas	Principales actividades económicas	Documento Bibliográfico	Bibliográfica Lincográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC http://www.ecuadorencifras.gob.ec/
4	Estudiar niveles de ingresos de la población económicamente activa del cantón Ibarra.	Niveles de Ingresos	Ingreso por actividad económica	Documento Bibliográfico	Bibliográfica	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC
5	Determinar el Recurso Humano existente en la zona	Recurso humano	Experiencia Nivel de educación	Documento Bibliográfico	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
6	Establecer la disponibilidad de materia prima en la zona de estudio.	Materia prima	Accesibilidad	Documento Bibliográfico	Bibliográfica	Guía telefónica
7	Identificar la existencia de servicios básicos.	Agua, luz, internet, servicio telefónico	Disponibilidad	Documento Bibliográfico	Bibliográfica	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado por: La Autora

1.8 Técnicas de Investigación

1.8.1 Información Secundaria

Es la información que se encuentra debidamente procesada disponible para ser utilizada cuando no se puede disponer de una fuente primaria.

La presente información ha sido extraída del plan de desarrollo y ordenamiento territorial, Instituto de estadísticas y censo (INEC) para efectuar el diagnóstico situacional del presente estudio.

1.9 Análisis de las variables Diagnóstica

1.9.1 Aspecto Geográficos

El cantón Ibarra se encuentra situado en la zona uno al norte del Ecuador, los límites geográficos son: al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al noroeste con los cantones Urcuquí, Antonio ante y Otavalo.



Gráfico N 2 Ubicación del cantón

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Imbabura#/media/File:Cantones_de_Imbabura.png

El clima de la ciudad es de 15.90° C de acuerdo al anuario meteorológico con una variación mínima de 0.3°C, la temperatura media es de 20 y 25° C

1.9.2 Aspectos Demográficos

Según el Censo Poblacional del 2010 el cantón Ibarra tiene 181.175 habitantes de los cuales 93.389 son mujeres y 87.786 son hombres. El INEC considera una tasa de crecimiento del 2.02%.

*Tabla N° 2
Población del cantón Ibarra por sexo y parroquia*

CANTÓN	PARROQUIA	SEXO		TOTAL
		Hombre	Mujer	
IBARRA	AMBUQUI	2.707	2.770	5.477
	ANGOCHAGUA	1.510	1.753	3.263
	CAROLINA	1.448	1.291	2.739
	IBARRA	67.165	72.556	139.721
	LA ESPERANZA	3.686	3.677	7.363
	LITA	1.788	1.561	3.349
	SALINAS	887	854	1.741
	SAN ANTONIO	8.595	8.927	17.522
	Total	87.786	93.389	181.175

Fuente: INEC 2010
Elaborado por: La autora

La población económicamente activa (PEA) según el censo del 2010 es de 168.734 de los cuales 68.484 son mujeres y 100.250 son hombres.

La tasa de empleo presenta una tendencia creciente tanto para hombres como para mujeres. Para los hombres, la tasa de empleo se incrementó en 1,3 puntos porcentuales,

entre junio del 2010 y junio del 2015; para las mujeres, el incremento es de 2,3 puntos porcentuales en el mismo periodo (estos incrementos son estadísticamente significativos al 95% de confianza). Se puede apreciar, además, que la tasa de empleo a nivel nacional es superior en los hombres que en las mujeres durante todo el período; aunque en los últimos años éstas tienden a converger, la diferencia de la tasa de empleo entre hombres y mujeres es de 2,0 puntos a junio del 2015.

➤ **Cultura**

Ibarra es un cantón con alto índice de habitabilidad, promueve el bienestar físico mental en todos sus habitantes, genera igualdad de oportunidades hacia una educación y salud de calidad para hombres y mujeres ibarreñas, posibilitando mayor acceso a un trabajo digno como manifiesta la Constitución y el Plan Nacional del Buen Vivir.

Ibarra cuenta con diversas etnias como la indígena con el 4.09%, Afro ecuatoriana el 4.01% montubio 0.33%, mestizo el 84.11% blanco 4.29%, otros el 0.17% de la población.

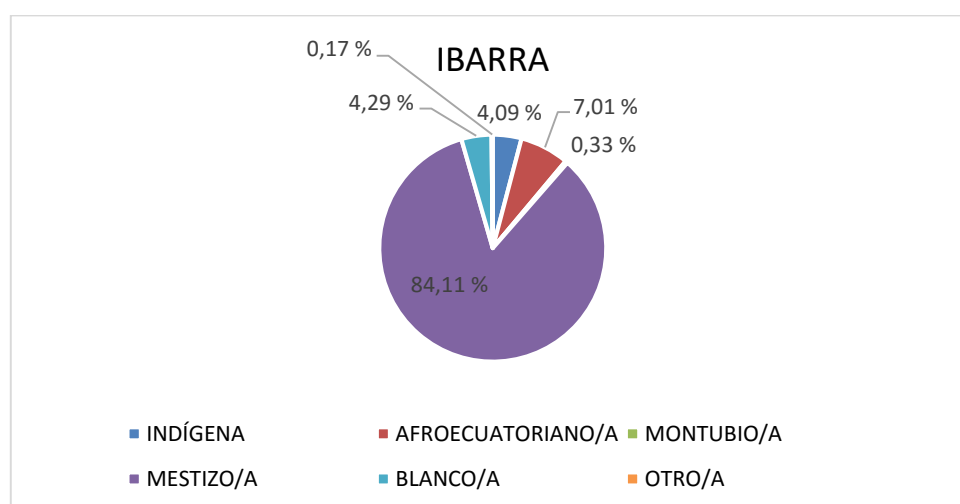


Gráfico N 3 Grupos étnicos del cantón Ibarra

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

1.9.3 Aspectos Económicos

En la actualidad el sistema económico se encuentra en descenso debido a la falta de alternativas de actividades económicas formales que ayuden a enfrentar el problema económico por el cual se atraviesa.

En la ciudad la falta de fuentes de trabajo, ha ocasionado desintegración familiar debido a la migración interna y externa, otra alternativa es ofertar servicios domésticos con baja remuneración, es por estas razones que las madres muestran interés por mejorar sus ingresos buscando nuevas alternativas en otras actividades económicas distintas a las habituales.

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) los objetivos propuestos por la alcaldía en el sistema socio económico son:

- Incrementar la calidad y la productividad fomentando la asociatividad en el sector primario
- Promover la implementación de actividades industriales y emprendimientos productivos
- Promover la reorganización y apuntalamiento del comercio y los servicios.

➤ Principales actividades económicas

Población económicamente activa por rama de ocupación en la provincia de Imbabura según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en el año 2010, sobresaliendo el comercio al por mayor y menor con el 23.1%, en segundo lugar sobresale la industria manufacturera con el 13.9% y la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un 13.0%, lo cual es beneficioso para el proyecto.

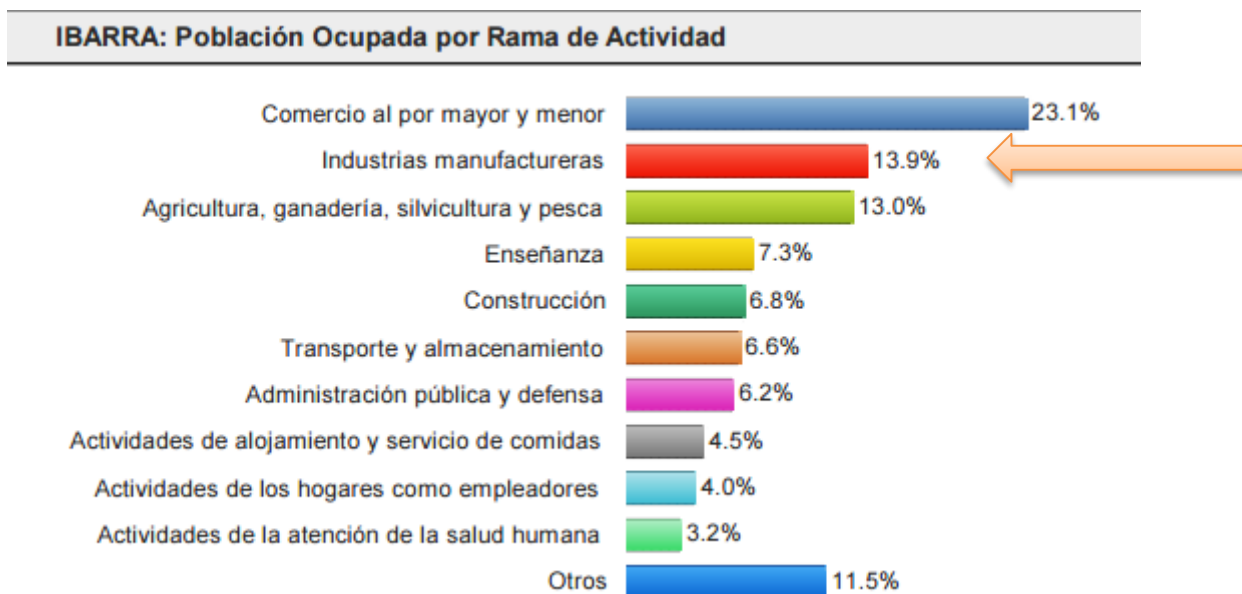


Gráfico N 3 Población ocupada por rama de actividad

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

Elaborado por: INEC

Industria textil

La actividad textil del Cantón Ibarra está centralizada de acuerdo a datos recabados de la Cámara de la Pequeña Industria de Imbabura (CAPI-I) y la cámara cantonal en la confección y la artesanal.

Tras una encuesta aplicada por la UTN para la elaboración del diagnóstico socio-económico de la actividad textil de la provincia de Imbabura, los resultados más representativos son los siguientes:

Los sectores más representativos del área textil y confección son: el artesanal, con 127 artesanos que representan el 66% del sector textil en Ibarra. Y la pequeña industria (33% del sector textil), que son 64 artesanos.

La grande y mediana industria textil son minoritarias, se localiza principalmente el 30% de la mediana industria y por lo general en las empresas predominan la siguiente condición jurídica: la Compañía Limitada (27%), seguida de la Sociedad Anónima (21%). Por lo general el 98% de las empresas textiles son privadas. Y su tendencia es a constituirse como microempresa. No tienden a organizarse jurídicamente porque tienen que pagar más impuestos.

Los principales productos textiles que se fabrican en el cantón en primer lugar son las prendas de vestir (61% de la producción); en segundo lugar los tejidos (14% de la producción) y en tercer lugar otros (13% de la producción). A este le siguen artículos del hogar (6%), artesanías (4%), hilos (1%) y producción de esteras (0.39%).

El análisis del sector en cuanto a comercialización señala que, los productos fabricados cubren en un 42% del mercado local, en un 30% el mercado nacional, en un 15% el mercado regional y 13% el mercado internacional. El tipo de comercialización de los tipos textiles de Ibarra es al por mayor y menor (36%), seguido de la venta directa (20%).

Generalmente las empresas del sector textil y confección poseen como mano de obra manual entre 1 y 10 trabajadores (80%) de las empresas, y el 11% poseen entre 1 y 20 trabajadores.

- **Canales de comercialización**

Como se puede observar el canal 1 es aquel en el que la empresa oferta el producto directamente al cliente sin la utilización de intermediarios, la comercialización que más se utiliza es el canal directo debido a los fabricantes de la zona.

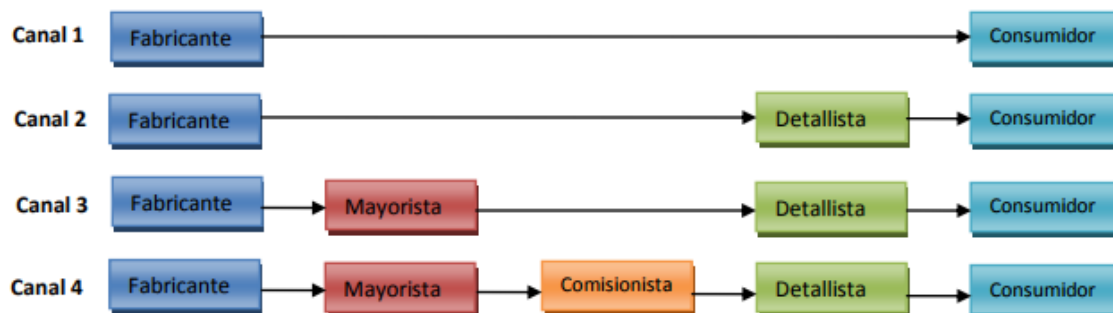


Gráfico N 4 Canales de comercialización

- **Instituciones financieras**

De acuerdo a la Agenda Territorial de Imbabura manifiesta que conjuntamente con el gobierno central existen otros organismos de apoyo en distintos niveles (financiamiento, información, tecnología, control de calidad, entre otras) que canalizan recursos y facilitan el desarrollo productivo, entre las que se cuentan:

- Corporación Financiera Nacional – CFN
- Banco Nacional de Fomento – BNF
- Banco del Estado – BEDE • Servicio de rentas Internas – SRI
- Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología – SENACYT
- Instituto de Agrocalidad (Antiguo SESA) • Programa de Apoyo al Migrante.

➤ **Niveles de ingresos**

El Ecuador a septiembre del 2016 tiene un 94.8% de Población Económicamente Activa PEA y 69,2% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa. La provincia de Imbabura cuenta con una Población Económicamente Activa (PEA) de 27.800 personas en el año 2014 según la Base de Datos de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Para el cantón Ibarra en el año 2010 tiene 80.669 habitantes de la población económicamente activa distribuida por actividades.

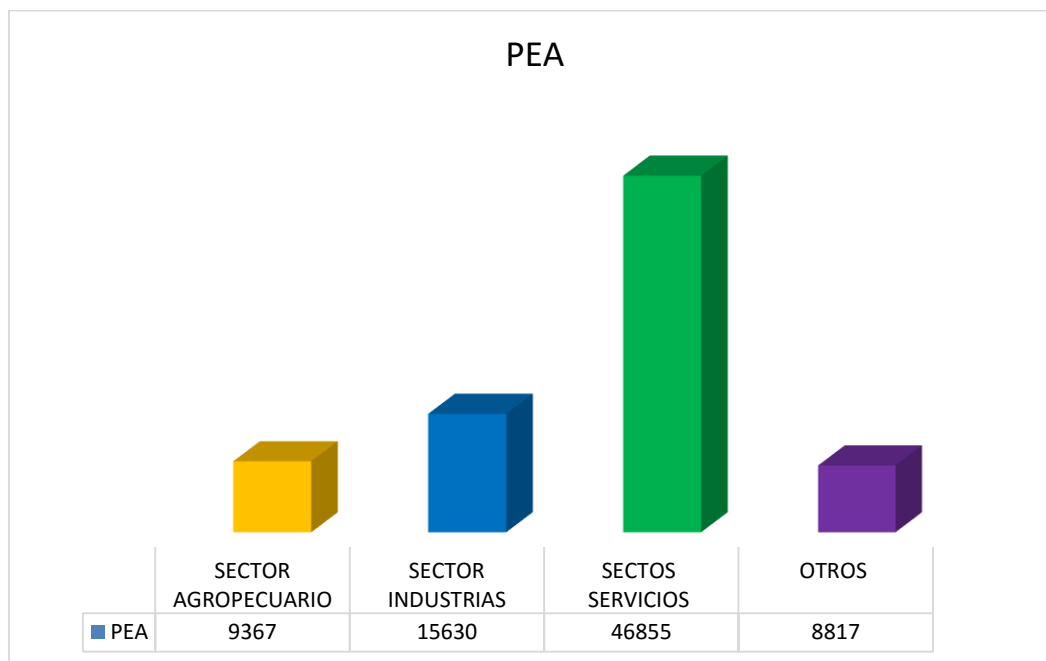


Gráfico N 5 PEA del cantón Ibarra por actividades

Fuente: PDOT del Cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

El nivel de ingresos promedio de la población económicamente activa que tiene el Ecuador es de 821.70\$ a septiembre del 2015 de acuerdo a las encuestas realizadas por Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), el ingreso laboral por sexo es de 629.20\$ para los hombres y para las mujeres es de 518,20\$ en la parte urbana lo cual se ha considerado beneficioso para el proyecto debido a que cuentan con la capacidad adquisitiva para obtener dicho producto.

➤ **Talento Humano**

La mano de obra se encuentra en la ciudad lo que hace que el proyecto sea factible, el talento humano cuenta con la experiencia no obstante se encuentra de manera informal en la ciudad ya que no se encuentran afiliados al Gremio de Maestros Sastres Modistas

de Ibarra (GMSMI) la cual otorga la calificación artesanal para realizar dicha actividad. Dicha institución cuenta con 60 socios que ejercen la actividad en la ciudad.

En la ciudad de Ibarra se ha identificado la existencia de 140 emprendimientos que se dedican a la fabricación de prendas de vestir, dato obtenido de las patentes municipales proporcionado por el Ilustre Municipio de Ibarra, las cuales se encuentran diversificadas entre fábricas, confección y taller de costura dirigidos por un artesano en la rama de maestros artesano en diseño, patronaje, modas y sastrería o afines.

Educación

En la actualidad la educación está regida por el Ministerio de Educación, promoviendo de acuerdo a las habilidades y aptitudes de los estudiantes previo al ingreso de la universidad.

La provincia de Imbabura cuenta con 19 establecimientos que se dedican a la formación artesanal, Ibarra tiene 10 centros de formación artesanal los cuales en el 2011 pasaron a ser Unidad de Formación Artesanal ofreciendo el bachillerato en técnico artesanal en diseño de moda y patronaje, es el caso del centro de formación María Angélica Hidrobo que cuenta con 152 estudiantes entre hombres y mujeres.

1.9.4 Materia Prima

Como se puede ver en el gráfico existen puntos de venta de materia prima en el sector los cuales podrán proveer al emprendimiento, dichos establecimientos se encuentran avalados por Gobierno Provincial de Imbabura, el Ministerio del Ambiente, Ibarra Turismo, además se puede evidenciar que se encuentran en las principales calles de la ciudad lo cual es ventajoso ya que esto hace que el producto tenga un menor costo, beneficiando al proyecto.









AZUAY BOLÍVAR CAÑAR CARCHI CHIMBORAZO COTOPAXI IMBABURA LOJA PICHINCHA TUNGURAHUA ESPÍNDOLA	
DIST. DE TELAS EN IBARRA Ibarra / Dist. de Telas	
 <p>DOÑA JUANITA Bolivar 770 Telf: (06)2951580</p>	<p>INFO. COMPLEMENTARIA</p> <p>CON EL AVAL DE:</p> 
 <p>EL GLOBO Bolivar 624 Telf: (06)2957199</p>	<p>INFO. COMPLEMENTARIA</p> <p>CON EL AVAL DE:</p> 
 <p>MERCANTIL GARZON Olmedo 1140 Telf: (06)2950719</p>	<p>INFO. COMPLEMENTARIA</p> <p>CON EL AVAL DE:</p> 
 <p>TEXTIL IMBABURA Obispo Mosquera 731 Telf: (06)2951390</p>	<p>INFO. COMPLEMENTARIA</p> <p>CON EL AVAL DE:</p> 

Gráfico N 6 Puntos de venta de materia prima

Fuente: www.visitaecuador.com

1.9.5 Servicios básicos

Área rural está compuesta por los siete Gobiernos Autónomos Descentralizados Rurales del Cantón Ibarra. Las parroquias rurales son aquellas en donde se presenta el menor porcentaje de acceso a servicios básicos, siendo La Carolina la parroquia con mayor déficit; apenas el 40% de las viviendas disponen de estos cuatro servicios, seguida de la parroquia de Lita 45%, Angochagua 58%, Ambuquí 64%, La Esperanza 72%, Salinas 83% y San Antonio 89%. De tal manera existe un desequilibrio en cuanto a la dotación de servicios básicos en el cantón sobre todo en las áreas rurales, lo que determina la calidad de vida de sus habitantes.

A nivel provincial la coberturas de servicios básicos son: de agua potable con el 55.14%, el alcantarillado con el 58.49%, la energía eléctrica con el 79.97% y desechos sólidos con el 68.08%.

Tabla N° 3
Cobertura de servicios básicos

Cantón	Agua potable	% Cantón	Energía Eléctrica	% Cantón	Alcantarillado	% Cantón	Desechos sólidos	% Cantón
Ibarra	36.781	65,65	46.860	83,65	39.549	70,6	42.250	75,42
Antonio Ante	7.581	60,58	10.627	84,92	8.632	68,98	9.697	77,49
Cota cachi	4.752	38,05	9.160	73,35	4.232	33,89	5.720	45,80
Otavalo	14.731	47,57	24.076	77,74	14.924	48,19	20.819	67,22
Pimampiro	1.855	32,04	3.585	70,96	1.978	39,15	2.307	45,67
Urcuquí	2.033	40,24	3.927	67,82	2.534	43,77	2.838	49,02

Fuente: PDOT del Cantón Ibarra

➤ **Movilidad**

En el área urbana y espacialmente en la ciudad de Ibarra se extiende en 429 Km lineales, de los cuales el mayor material empleado en la capa de rodadura es adoquín de cemento presentes en 210 km ubicado en la zona del centro de la ciudad principalmente, así como también el adoquín de piedra que se encuentra en el centro histórico en 4,7 Km, los sectores alejados del centro de la ciudad como son las parroquias de Alpachaca, La Dolorosa del Priorato, Caranqui y El Sagrario la capa de rodadura es empedrada, en toda la ciudad hay 144 Km de este material en las vías. De la oferta vial existente el 38% se encuentra en buen estado de igual forma el 36% de la cobertura de aceras, 34% de los bordillos de la ciudad así como la nomenclatura vial y predial se encuentra en el 35 y 40% de la ciudad respectivamente, esto nos muestra las deficiencias de infraestructura física en los espacios públicos que afectan directamente en la calidad de vida de la población.

Tabla N° 4
Suficiencia vial cantonal

SUFICIENCIA VIAL CANTONAL		
Parroquias	KM de red vial	HA superficie
Salinas	184,618	7.391,18
Ibarra	429,968	106922,58
Ambuquí	166,715	10805,46
Carolina	190,382	28701,19
Angochagua	122,77	10825,31
San Antonio	95,352	2989,6
La Esperanza	62,276	4176,44
Lita	34,382	18.282,88
Total	856,495	190.094,64

Fuente: PDOT del Cantón Ibarra

1.10 Construcción de la matriz AOOD

Aliados	Oponentes
Existencia de proveedores de materia prima a nivel local.	Existencia de empresas que ofertan el producto de similares características en la ciudad.
Presencia de mano de obra calificada en el cantón.	Inexistencia de cultura tradicional en el cantón Ibarra, en cuanto a vestimenta.
Accesibilidad a créditos con institución financiera, con líneas de preferencia para micro empresarios, en instituciones como el banco del Ecuador y cooperativa artesanos.	
Presencia de servicios básicos en la zona de estudio.	
Oportunidades	Riesgos
Presencia de poder adquisitivo en la zona	Cambios climáticos inesperados en la zona de estudio.
Existencia de demanda alta de ropa de mujer.	Incremento de la tasa de desempleo en la zona de estudio.
Vías de acceso en condiciones aptas para la comercialización.	Que la competencia oferte productos de similares características a precios bajos.

Gran parte de la población son mujeres.	<p>Ingreso de productos del exterior a menor precio.</p> <p>Instituciones Financieras estrictas para la concesión de créditos.</p> <p>Incremento de precios en los materiales a utilizar en la elaboración del producto.</p> <p>Capacidad tecnológica de otras empresas al momento de la confección de las prendas.</p>
---	---

1.11 Identificación de la oportunidad de inversión.

Una vez realizado el estudio diagnóstico se ha podido concluir que la ciudad de Ibarra cuenta con un clima apto para la implementación del emprendimiento, otro aspecto es la localización de la zona ya que se encuentra a pocos kilómetros de la ciudad de Quito además es una ciudad de paso para los viajeros que se dirigen al norte del país, además cuenta con vías de acceso de primer orden.

Ibarra es una ciudad con mayor número de mujeres en su población esto hace que el proyecto sea beneficioso debido a que se encuentra orientado hacia ellas, además cuentan con poder económico para adquirir productos, en cuanto a servicios básicos se puede apreciar que existe una amplia dotación de servicios como luz, agua, teléfono, internet, mediante el estudio se identificó la existencia de mano de obra a través de establecimientos que se dedican a la formación artesanal. La comercialización de productos textiles en la zona es favorablemente acogida por los demandantes, es por esta razón que existen comerciantes que se dedican a la venta de ropa.

Por lo anteriormente expuesto en el diagnóstico se concluyó que es factible la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ternos para damas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, debido a que estos cumplen con las exigencias del mercado, y la microempresa estará ubicada en un lugar estratégico.

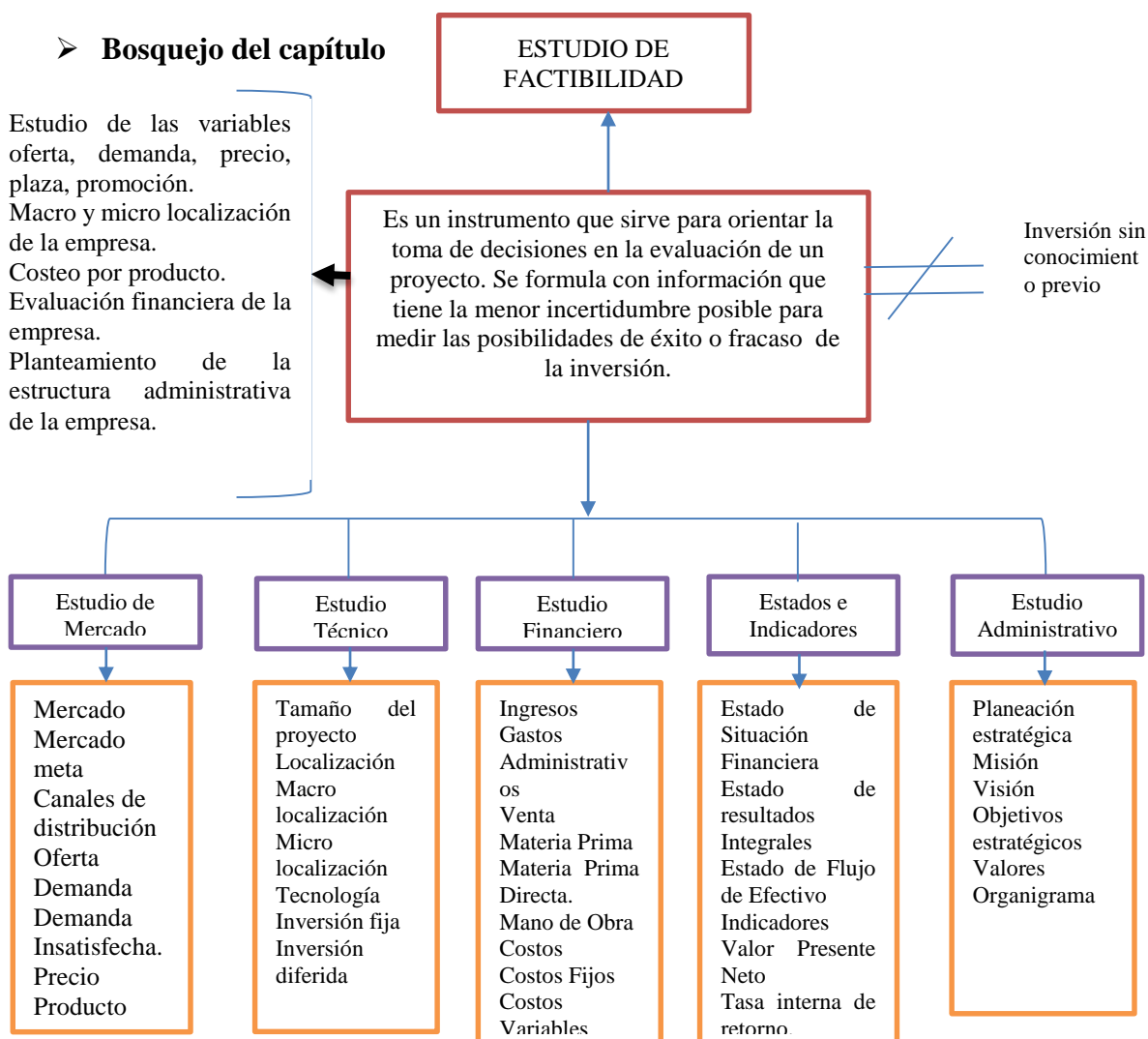
CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

En esta sección se ha recopilado los conceptos más relevantes para la elaboración del proyecto, para facilitar la comprensión del lenguaje técnico que se empleará en el desarrollo del proyecto.

2.1 Objetivo General

Construir un marco teórico mediante investigación bibliográfica con el propósito de conceptualizar términos importantes que sustenten la buena formulación del proyecto propuesto.



2.2 Estudio de factibilidad

2.2.1 Empresa

Una empresa comercial, grande, mediana o pequeña, es un organismo privado, público o mixto, que está constituido por personas y materiales, reunidos con el propósito de realizar operaciones comerciales o producir bienes o servicios a través de un proceso que le permita obtener una utilidad o ganancia. (DEMOSTENES, 2014, p.18)

La empresa es un ente económico construido por un grupo de personas con fines de lucro o para generar beneficios para los propietarios mediante la satisfacción de las necesidades de colectividad humana.

➤ **Clasificación de empresas de acuerdo a la actividad económica.**

➤ **Las empresas de servicios**

“Son aquellas empresas que se crean con la finalidad de proveer al cliente de un servicio, es decir, de una actividad intangible que tiene como fin la satisfacción de una necesidad concreta de un individuo, a cambio de una contraprestación” (RAMIREZ, 2014).

Las empresas de servicios son aquellas que ofertan a la clientela una asistencia de algo intangible con la finalidad de satisfacer una necesidad que posea la sociedad.

➤ **Las empresas comerciales**

“Son empresas que se dedican a la compra-venta de bienes materiales, ya sean materias primas o productos terminados, pero que no realizan ningún proceso de manufactura” (RAMIREZ, 2014).

Este tipo de empresas comerciales son las que se dedican a la compra venta de productos terminados o materia prima, es decir son intermediarias entre las empresas y el cliente y no realizan proceso de transformación.

➤ **Las empresas industriales**

Son aquellas empresas que se encargan de la extracción y de la transformación y manufactura de las materias primas. Algunos ejemplos de empresas industriales son:

- Fábricas de ropa y calzado.
- Constructoras.
- Industrias alimentarias.
- Plantas de ensamblaje de equipos electrónicos.

Las empresas industriales se subdividen en dos clases: las extractivas, que se encargan de extraer los distintos recursos naturales para su posterior aprovechamiento; y las de transformación, que se encargan de la manufactura y elaboración de todo tipo de productos a partir de las materias primas, con el apoyo de maquinaria especializada. (RAMIREZ, 2014)

Las empresas industriales son las que se dedican a la transformación de la materia prima en producto terminado, listo para ser adquirido por el consumidor y poder satisfacer una necesidad. En el proyecto se pretende implementar una empresa de tipo industrial, ya que se ofrecerá un producto de calidad para poder cubrir una necesidad.

2.2.2 Emprendedor

“Persona que se concentra incansablemente en una oportunidad para crear valor, en una empresa nueva o existente, mientras asume los riesgos y disfruta de la recompensa de sus esfuerzos”(LONGENECKER, PETTY, PALICH, & HOY, 2012, p. 5).

Un emprendedor es la persona que realiza o pone en práctica una idea con esfuerzo y recursos propios, para satisfacer las necesidades de la sociedad.

2.2.3 Innovación

“Generar nuevas ideas, explorar nuevas idea, crear bienes y servicios de mayor calidad, sostener el crecimiento y desarrollar nuevo conocimiento son varios ejemplos de a qué se puede referir la innovación”(CZINKOTA & RONKAINEN, 2013, p.618).

Innovación es crear nuevas ideas y ponerlas en práctica, o a su vez reformar un producto que ya existe en el mercado para ofrecer mejores servicios a la sociedad.

2.2.4 Contabilidad

Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objetivo de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable.(BRAVO, 2013, p.1).

Se puede definir a la contabilidad como el registro detallado de las actividades que realiza la empresa en un periodo determinado, para presentarlos a manera de informes que sirvan para la toma de decisiones de los inversionistas o socios de la empresa, como también para el control de sucesos pasados o futuros de la misma.

2.2.5 Ropa formal

➤ **Tendencia**

“La tendencia son el punto de partida de todo proyecto de creación textil, tanto desde el punto de vista de la temática utilizada como del sector, estilo de las formas y los motivos materias o atmósfera de color”(MARIE-CHRISTINE NOEL & CAILLOUX, 2015, pág. 56).

La tendencia significa preferencia o inclinación que las personas tienen hacia una moda o diseño que se encuentre a la vanguardia.

➤ **Confección de prendas de vestir**

Desde una perspectiva industrial, la confección de prendas de vestir se define como una serie de actividades de manufactura que llevan a la creación de indumentaria, a partir de un diseño realizado previamente y con ayuda de las herramientas tecnológicas adecuadas para optimizar los procesos necesarios.(PÉREZ Porto & GARDEY, 2014)

Las prendas de vestir son atuendos que el ser humano lleva sobre puesto al cuerpo, con diseños propios que reflejan la personalidad de cada individuo.

➤ **Tipos de telas**

“Pana: La pana (del francés, panne) es un tejido grueso, de tacto suave, liso o compuesto por fibras entrecruzadas que cuando están en paralelo forman el distintivo motivo con acanaladuras (bastones) verticales de pequeño tamaño, pero también pueden ser un poco más gruesos. Por su grosor se suele usar para la confección de prendas invernales de todo tipo, incluyendo pantalones, camisas, y

chaquetas. La tela también puede ser empleada para cubrir cojines, tapicería y cortinas”(GUANGASIG , 2012). Recuperado de <http://tiposdetelas.blogspot.com/2012/06/tipos-de-telas-caracteristicas-y-usos.html>

“Seda: Seda, fibra de la que se compone el capullo que cubre al gusano de seda, valiosa por su uso en tejidos de alta calidad y otros productos textiles. Científicamente, el gusano de seda es de hecho una oruga y no un gusano.

Aunque muchos insectos se envuelven en capullos de fibra, sólo los de la mariposa de la seda, *Bombyxmori*, y los de otras pocas especies próximas se emplean en la industria de la seda. La seda producida por otros artrópodos, especialmente la de araña, se emplea en la fabricación de productos como los hilos del retículo de los telescopios y otros instrumentos ópticos.

Usos

La seda se sigue empleando en la confección de prendas como trajes ligeros, abrigos y pantalones, chaquetas (sacos, americanas), camisas, corbatas, vestidos, ropa interior y guantes. La seda se usa también en encajes, telas para decoración de interiores y bolsos” (*GUANGASIG , 2012*). Recuperado de <http://tiposdetelas.blogspot.com/2012/06>

Los diferentes tipos de telas que se menciona se utilizarán para la confección de prendas de vestir debido a la comodidad y suavidad para quien los porta.

2.3 Estudio de mercado

“Es un proceso realizado por la empresa para la obtención de información sobre las personas, entidades y relaciones que intervienen en el mercado en el que la empresa ofrece su producto o servicio”(VARGAS, 2013, p.43).

El estudio de mercado es analizar a la población objetivo teniendo en cuenta variables como oferta, demanda, precio, promoción y canales de comercialización, además se obtiene información relacionada con los productos o servicios que oferta la competencia.

2.3.1 Mercado

“Un mercado es un conjunto de compradores y vendedores. Tendemos a pensar en un mercado con un grupo de individuos o instituciones con necesidades similares que pueden ser satisfechas por un producto en particular”(*HARTLINE, 2012, p.8*).

“Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio en particular. Los compradores son el grupo que determina la demanda del producto y los vendedores son el grupo que determina la oferta de dicho producto”(*MANKIWI, 2015, p.66*).

El mercado puede ser definido como el conjunto de oferentes y demandantes donde participan de mutuo acuerdo con la finalidad de adquirir o vender un bien o servicios en particular, con el único propósito de realizar estrechas relaciones comerciales.

2.3.2 Mercado Meta

“El mercado meta o los mercados metas corresponden al ejercicio de identificar cuáles son los segmentos de mercado que la empresa atenderá”(*VELÁSQUEZ, 2014, p.142*).

“El target group o grupo meta es el segmento de la demanda al que está dirigido un producto, ya sea un bien o un servicio. Inicialmente, se define a partir de criterios

demográficos como edad, género y variables socioeconómicas”(CULTURALIA ENCICLOPEDIA, 2013).

El mercado meta es el grupo o segmento al cual está dirigido el producto o servicio, teniendo en cuenta variables como edad, sexo, religión, costumbres, poder adquisitivo. En el estudio es de vital importancia conocer a que grupo de mercado nos estamos dirigiendo para poder satisfacer las necesidades, teniendo en cuenta los gustos, preferencias y situación económica de la sociedad.

2.3.3 Canales de distribución

“Se denomina canal de comercialización el trayecto y los agentes involucrados en la intermediación que hace posible que el producto llegue a manos del consumidor”(ARAUJO, 2012, p.49).

Sistema de relaciones establecido para guiar el movimiento de un producto. Un canal de distribución puede ser directo o indirecto. En un canal directo no hay intermediarios –el producto va directamente del productor al usuario. Un canal indirecto de distribución tiene uno o más intermediarios entre productor y usuario.(LONGENECKER, PETTY, PALICH, & HOY, 2012, p.464)

Los canales de comercialización son las vías de cómo se va a comercializar el producto, para que llegue a los potenciales consumidores, se puede realizar directa o indirectamente. La vía que se utilizará en el presente proyecto es directa sin la participación de los intermediarios.

2.3.4 Oferta

“La oferta indica la relación entre el precio de un bien y las cantidades que los productores están dispuestos a ofrecer. Describe la conducta de los vendedores reales y potenciales de un bien o servicio”(MANOUKIAN, 2011, p.38).

“La oferta es la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio, cuando todas las demás influencias en los planes de venta permanecen sin cambio”(PARKIN, 2014, p.78).

Se puede definir a la oferta como la conjunto de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un determinado precio en condiciones normales. En el estudio que se analiza se conocerá la cantidad de oferentes que existen del producto en el mercado.

2.3.5 Demanda

“Es lo que relaciona el precio de un producto con la cantidad de este bien que los consumidores están dispuestos a comprar. Describe la conducta de los compradores”(MANOUKIAN, 2011, p.36).

“Es la relación entre la cantidad demandada de un bien y su precio, cuando todas las demás influencia en los planes de compra permanece sin cambio”(PARKIN, 2014, p.78).

La demanda se manifiesta en la cantidad de bienes y servicios que puede adquirir el consumidor a precio de mercado, para satisfacer sus necesidades. Es conveniente estudiar la demanda para poder producir la cantidad de prendas que requiera este segmento de mercado y sus estrategias de comercialización para su venta.

2.3.6 Demanda Insatisfecha

“La demanda insatisfecha se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda, son los productos o servicios existentes en el mercado.” (ANDRADE, 2011, p.42).

La demanda insatisfecha es un mercado que no ha sido cubierto por empresas que ofertan el mismo producto, ya sea por la capacidad productiva de las mismas o debido a factores externos, como gustos y preferencias de un cierto grupo de consumidores.

2.3.7 Precio

“Cantidad de dinero u otros bienes que se deben de pagar para obtener un bien determinado”(TAYLOR WEERAPANA, 2012, p.53).

“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio; la suma de valores que los clientes intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio”(KOTLER & ARMSTRONG, 2013, p.257).

El precio es el valor monetario que el comprador está dispuesto a pagar para adquirir un bien o servicio, que satisfaga sus necesidades. El precio representa los ingresos que la entidad adquirirá por la venta del producto.

2.3.8 Producto

“El producto se define como todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes, que satisfacen sus necesidades”(VARGAS, 2013, p.14).

“Un producto es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, tales como: presentación empaque, diseño contenido; e intangibles, como: marca, imagen, servicio y valor agregado, que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y deseos”(MUNCH, SANDOVAL, TORRES, & RICÁLDE, 2015, p.129).

Producto es algo tangible o intangible, lo tangible es todo aquello que ha tenido una transformación, y lo intangible es un servicio. El producto es algo que satisface las necesidades de los posibles consumidores.

2.3.9 Promoción

“Son todas las acciones llevadas a cabo por la empresa para estimular las ventas en el corto plazo, aportando un beneficio para los clientes potenciales”(VARGAS, 2013, p.65).

“La promoción consiste entonces en comunicar información entre el vendedor y el comprador potencial u otros miembros del canal para que influya en las actitudes y en el comportamiento”(VARGAS Vargas, 2012, p.130).

Las promociones son estimulaciones orientados a los consumidores para la adquisición de un bien o un servicio. La promoción influirá en la mente de los consumidores para orientarlos a adquirir el producto mediante la publicidad que realiza la empresa para dar a conocerlo.

2.4 ESTUDIO TECNICO

2.4.1 Tamaño del proyecto

“Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”(CÓRDOBA PADILLA, 2011, p.107).

El tamaño del proyecto es el volumen de producción que fabrica una empresa durante un período de tiempo determinado. Es necesario conocer la producción exacta que realiza una maquinaria para saber las unidades que se pondrán a la venta.

2.4.2 Localización

Es el análisis de la variable (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas solo la toman una vez en su historia. *(CÓRDOBA PADILLA , 2015, p.112)*

La localización es determinar la ubicación exacta donde se encuentra, teniendo en cuenta el costo, distancia, con la finalidad de reducir costos para la empresa, y obtener mayor rentabilidad.

2.4.3 Macrolocalización

“Mediante este sistema se puede ubicar el país, región, estado o departamento donde estará ubicada la empresa y sus áreas de influencia” *(GALINDO RUÍZ , 2011, p.47)*.

Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. *(CÓRDOBA PADILLA , 2015, p.119)*.

La macrolocalización se considera a la situación geográfica más ventajosa para el proyecto teniendo en cuenta las variables como el transporte, clima, mano de obra, infraestructura etc., para la implementación del proyecto. La macrolocalización se incluirá en el estudio técnico de la investigación.

2.4.4 Microlocalización

Permite analizar en forma específica el área de influencia de la empresa, teniendo en cuenta la ciudad, el barrio o sector y la dirección de la misma, adicionalmente se puede analizar los factores locales que le permitirán evaluar su capacidad de éxito o de fracaso. *(GALINDO RUÍZ, 2011, p.47)*

“Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto” *(ARAUJO, 2012, p.71)*.

La microlocalización es elegir el lugar exacto en donde se construirá el proyecto dentro de la macro zona, teniendo en cuenta variables como acceso a la vía pública, disponibilidad de servicios básicos características topográficas del sitio.

2.4.5 Tecnología

El termino tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que poseemos sobre cómo hacer las cosas, incluidos los inventos, las técnicas y el amplio cúmulo de conocimiento organizado acerca de todo, de la aerodinámica a la zoología; pero su principal influencia está en la forma de hacer las cosas, es decir, en cómo diseñamos, producimos, distribuimos y vendemos bienes y servicios. *(KOONTZ, WEIHRICH, & CANNICE, 2012, p.42)*.

La tecnología son los conocimientos debidamente ordenados que permiten diseñar nuevos productos o servicios orientados a la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

2.4.6 Inversión

Se indicará la cantidad a la que asciende la inversión en activo, tanto tangible como intangible, como la inversión en capital circulante para hacer frente a la actividad del día a día de la empresa. También se indicará de cuánto capital se dispone y a cuánto asciende la financiación ajena.(VARGAS, 2013, p.163)

La inversión es el ahorro de dinero que tiene una persona y desea colocarla a largo o corto plazo, para obtener beneficios económicos a futuro. En el estudio es indispensable conocer el monto de dinero que se necesita para la puesta en marcha del proyecto.

2.4.7 Inversión fija

“Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas”(CÓRDOBA PADILLA , 2015, p.191).

La inversión fija es el desembolso que realizará la empresa para la adquisición de activos fijos que con el pasar del tiempo pierden su valor y deben ser depreciados, a excepción de los terrenos que ganan una plusvalía.

2.4.8 Inversión Diferida

“Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes de propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de inversión, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, etc”(CÓRDOBA PADILLA , 2015, p.192).

La inversión diferida se refiere a los desembolsos que realiza la empresa para la implementación legal de la entidad. La inversión diferida son derechos adquiridos y

servicios necesarios para el estudio y su posterior implementación del proyecto, son considerados como activos a pesar de ser intangibles para la empresa.

2.5 ESTUDIO FINANCIERO

2.5.1 Ingresos

Se produce un ingreso cuando aumenta el patrimonio de la empresa y este incremento no se debe a nuevos aportes de los socios; es decir, que el ingreso es “el precio o valor que se recibe por la venta de bienes y servicios.”(*MENDOZA ROCA, 2016, p.119*).

Ingresos es el dinero que recibe la empresa, por la venta de un producto, incrementando el valor de los activos. En la empresa es fundamental obtener entradas de dinero mediante la comercialización del bien o servicio, y poder garantizar la continuidad de la empresa y a su vez generar empleo.

2.5.2 Gastos

Podemos decir entonces que un gasto es el costo que nos ha producido un beneficio en el presente y que ha caducado. Los costos que no se han gastado o que no han caducado son los que se clasifican como activos dentro del balance y que brindan beneficios futuros. (*ARREDONDO GONZÁLEZ , 2015, p.8*)

Se considera gasto a los desembolsos que realiza la empresa para cancelar por la prestación de un servicio o la adquisición de un producto, que son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

➤ **Gastos Administrativos**

Los gastos ordinarios de administración son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal del ente económico y registra, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación y organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad operativa del ente económico, incluyendo básicamente las incurridas en el área ejecutiva, financiera, legal y administrativa. (*FIERRO & FIERRO Celis, 2015, p.322*).

Los gastos administrativos son los que se incurren durante el ejercicio económico, mediante la generación de actividades que realiza la dirección para el control de la entidad. Un ejemplo claro de este tipo de gastos son los honorarios del personal como secretaria, gerente, etc.

➤ **Gastos de Venta**

Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del ente económico y se registran, sobre la base de causación las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión de ventas encaminada a la dirección, planeación y organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad de ventas del ente económico, incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, de distribución, mercado, comercialización, promoción, publicidad y ventas. (*FIERRO & FIERRO Celis, 2015, p.323*)

Los gastos de venta son todos los egresos que incurre la empresa para generar la venta del producto como la promoción y publicidad. En el proyecto podemos

implementar para la comercialización del producto. Este tipo de gastos se generan cuando se comercializa un bien o servicio.

2.5.3 Materia Prima

“Constituye todos los bienes, en estado natural o sobre los cuales se haya operado algún tipo de transformación, requeridos para la producción de un bien, que serán algo o muy diferentes al de los materiales utilizados”(ZAPATA, 2015, p.47).

La materia prima es un bien que aún no ha sufrido el proceso de transformación, es decir se encuentran en su estado natural. En el estudio la materia prima que se requiere es la tela, con la cual se elaborarán las prendas de vestir.

2.5.4 Materia prima directa

Es la que se identifica plenamente en la elaboración de un artículo y representa el costo principal de materiales en la fabricación del producto. La materia prima es el punto de partida de cualquier actividad manufacturera, ya que agrupa los bienes sujetos a la transformación. Incluye todos los materiales en estado natural o fabricados por otras empresas, pero que al hacerles alguna mejora o modificación, dan lugar a un producto nuevo o diferente. (ARREDONDO GONZÁLEZ , 2015, p.24)

La materia prima directa son productos que se pueden encontrar previamente elaborados pero aún no son un producto terminado. Es decir son productos que necesitan ser transformados antes de ser vendidos.

2.5.5 Mano de obra

“La mano de obra es la fuerza de trabajo que, ya sea por su esfuerzo físico y mental, recibe una retribución económica por sus labores desempeñadas durante un periodo determinado”(RIVERO ZANATTA, 2015, p.88).

La mano de obra es el esfuerzo físico que emplea el ser humano para la elaboración de un producto o servicio. En el estudio la mano de obra a emplear es la de las mujeres artesanas.

2.5.6 Costo

“Costo es todo sacrificio de bienes económicos valuados de determinada manera y realizado con el objeto de generar un ingreso más o menos diferido en el tiempo o cumplir un objetivo determinado”(ARRESTO, 2015, p.13).

“Por costo se entiende la suma de erogaciones en que incurre una persona física o moral para adquirir un bien o un servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro”(PADILLA, 2013, p.28).

Podemos definir el costo como el gasto que genera la empresa para la obtención de un bien o servicio. El costo es el valor monetario que la entidad invierte para producir el bien o servicio.

➤ Costos Fijos

“Son aquellas inversiones que no varían con el cambio de la producción. Ejemplo el arrendamiento de un local no cambia así se produzcan más productos o menos productos; éste es constante”(RINCÓN, 2011, p.19).

Se denomina así aquellos costos que permanecen constantes, o casi fijos, en diferentes niveles de producción y ventas, y dentro de ciertos límites de capacidad y tiempo. Esto quiere decir que los costos fijos no varían según el nivel de producción, el cual está determinado en la capacidad instalada de la empresa. *(TORO, 2015, p.312)*

Los costos fijos son los que se generan en la empresa independientemente de que produzca o no produzca. Los costos fijos se mantienen constantes en la entidad, es decir son totalmente independientes de la producción del bien.

➤ **Costos Variables**

“Son aquellos que varían proporcionalmente al volumen de producción, es decir, si aumentan en 50%, los costos aumentarían en la misma proporción. Por el contrario si la actividad disminuye en 20% los costos disminuirán en el mismo porcentaje” *(ZAPATA, 2015, p.346)*.

“Son aquellos costos donde el total varía en proporción directa con los cambios en el volumen; es decir, que partiendo de los costos fijos (capacidad instalada), por incremento en cualquier nivel de producción, se consideran costos variables” *(TORO, 2015, p.313)*.

Los costos variables son los que dependen del volumen de ventas es decir aumentan en proporción a la producción de la empresa. Los costos variables permiten maximizar los recursos de la entidad ya que empleará los costos que considere necesarios para la producción del bien.

➤ **Costos Directos**

“Son todos aquellos rubros cuyo coeficiente de producción son cuantificables en la determinación del costo total de un producto. Para la obra de ingeniería dichos rubros son “materiales”, “mano de obra” y “plantel y equipo”(ARRESTO, 2015, p.15).

Los costos directos son todos los recursos directamente atribuibles al bien o servicio, es decir son cuantificables. Es indispensable conocer estos costos ya que forman un factor fundamental a la hora de fijar el precio del producto.

➤ **Costos indirectos de fabricación**

“Son los que se asignan o aplican a la producción conforme se presenta la actividad real de producción. Los GIF aplicados, cuando se asignan a la producción en proceso, se tienen que registrar contablemente, realizando un cargo a la cuenta de producción en proceso y un abono a la cuenta GIF aplicados (**esta cuenta tiene naturaleza acreedora**) (ARREDONDO GONZÁLEZ , 2015, p.40)

Los costos indirectos de fabricación son los que ayudan a que el producto se encuentre terminado, listo para su distribución se encuentran implícitos en la elaboración del producto por ejemplo energía eléctrica necesaria para operar la maquinaria.

2.5.7 Depreciación

“La depreciación consiste en reconocer que con el paso del tiempo y el uso que se le da a determinado tipo de activos, van perdiendo o disminuyendo su valor”(GUAJARDO & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, p.109).

La depreciación es la pérdida o disminución de valor que sufre un activo fijo con el pasar del tiempo o desgaste por su uso. La depreciación se implementará para determinar el valor real de los activos que la empresa adquiera para el giro de negocio.

2.6 Estados financieros

2.6.1 Estado de Situación Financiera

El más importante de todos los informes contables conocido también como balance general- puesto que integra la situación económica y financiera de la empresa a una fecha dada. La situación financiera se refiere a la capacidad de pago de las deudas contraídas y a la forma de invertir en activos los recursos propios (patrimonio) y los recursos ajenos (pasivos).(ZAPATA, 2015, pág. 28)

El estado de situación financiera es un informe en la cual se muestra la situación actual en la que se encuentra la empresa, para así poder tomar decisiones de vital importancia para la puesta en marcha de la empresa y poder obtener rentabilidad.

2.6.2 Estado de Resultados Integrales

“Resume los resultados de las operaciones de la compañía referente a las cuentas de ingresos y gastos de un determinado periodo”(GUAJARDO & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 135).

El estado de resultados integrales es la representación de las entradas y salidas de dinero que ha tenido la empresa, así como también muestra la rentabilidad o pérdida que haya resultado del ejercicio económico.

2.6.3 Estado de Flujo de Efectivo

“Es un informe que desglosa los cambios en 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”(GUAJARDO & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 49).

El estado de flujo de efectivo es el que informa sobre los movimientos de efectivo y equivalentes, que realiza la empresa en un periodo de tiempo determinado.

2.7 Indicadores

Un indicador se puede definir como la relación entre dos o más datos significativos de la misma naturaleza que tienen un nexo lógico entre ellos y que proporcionan información sobre aspectos críticos o de importancia vital para la gestión y resultados de la organización.(GALLARDO HERNÁNDEZ, 2012, págs. 299-330)

Un indicador es el que revela datos necesarios para el funcionamiento de la entidad, se puede realizar con variables de similares características. Este ayudará a conocer la situación económica de la empresa.

2.7.1 Valor Presente Neto (VPN)

“Es una cifra que resulta de comparar los ingresos y egresos netos que puede generar un proyecto a pesos de hoy, es decir en el periodo cero y mide el comportamiento financiero de un proyecto a través del tiempo”(FLÓRES, 2015, p.260).

“Es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos, el valor presente neto es la diferencia de los ingresos y los egresos en pesos de la misma fecha.

Si tiene una inversión inicial P y unos flujos netos de efectivo (FNE) el flujo de caja sería el siguiente:

$$VPN_{(TQ)} = -P + \frac{FNE_1}{(1+T.O)^1} + \frac{FNE_2}{(1+T.O)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+T.O)^n} \text{''(MESA OROZCO , 2013, pág. 135).}$$

El valor presente neto es traer los flujos futuros que tendrá una inversión al presente o momento actual, con una tasa de interés. El VAN es necesario para la inversión del proyecto para saber si la inversión que se realizará tendrá el resultado esperado por los inversionistas.

2.7.2 Tasa Interno de Retorno

“La tasa de rentabilidad expresa el tipo de interés compuesto que genera la inversión, durante toda su vida, es decir, es el rendimiento en porcentaje anual obtenido sobre el capital invertido” (PÉREZ & VEIGA, 2013, p.245).

La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r) que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos). En una forma alterna podemos decir que la TIR es la tasa que descuenta todos los flujos asociados en un proyecto a un valor de exactamente cero. Cuando la inversión inicial se produce en el periodo de tiempo cero, la tasa interna de rendimiento será aquel valor de (r) que verifique la ecuación siguiente:

$$I_0 = \frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \frac{R_3}{(1+r)^3} + \dots \dots \dots + \frac{R_n}{(1+r)^n}$$

Donde:

I_0 = Inversión Inicial

R_1 a R_n = Flujos de Efectivo futuros por período

r = Tasa de redescuento” (MARÍN, MONTIEL, & KETELHOHN, 2014, p.66).

La tasa interna de retorno es el interés compuesto que genera una inversión a lo largo del tiempo. En el proyecto implementaremos en el estudio de financiero con el propósito de establecer la viabilidad del estudio.

2.7.3 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es (PDE) es aquella cantidad de producción vendida a la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, la cantidad de producción vendida que da como resultado \$0 de utilidad”(CHARLES T. HORNGREN, 2012, p.68).

El punto de equilibrio puede expresarse en unidades de producción o en dólares (valor de dichas unidades).

Fórmula 1: Costos fijos ÷ Unidad marginal unitaria= Punto de equilibrio en unidades.

Fórmula 2: Unidades vendidas × Precio de venta unitario = Punto de equilibrio en dinero.(DEMOSTENES, 2014, p.460)

El punto de equilibrio es donde la oferta y la demanda se interceptan entre sí, es decir el punto cero en donde no hay ganancia ni pérdida para la empresa. Para la empresa es indispensable conocer el equilibrio en donde los ingresos son iguales a los costos, para poder tomar decisiones que ayudan a la empresa a proyectarse al futuro.

2.7.4 Periodo de recuperación

El período o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto. Cuando los flujos netos de efectivo generados por el proyecto son iguales en cada periodo, el periodo de recuperación puede determinarse con la siguiente relación: Período de recuperación (PR) = $\frac{I}{R}$

donde: I= Inversión inicial

R= Flujo neto de efectivo anual”(MARÍN, MONTIEL, & KETELHOHN, 2014, p.62).

El periodo de recuperación es el periodo de tiempo en el cual se recobrará la inversión empleada para la puesta en marcha de la empresa. Se utilizará en el estudio financiero para conocer el tiempo que necesita el proyecto para recuperar su inversión inicial.

2.8 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.8.1 Planeación estratégica

Para que una organización tenga la oportunidad de lograr sus metas y objetivos, debe tener un plan de juego o un mapa del camino para llegar allí. En efecto, una estrategia describe el plan de juego de la organización para lograr el éxito.(HARTLINE, 2012, pág. 16)

La planeación estratégico es el camino que se planea que recorrerá la empresa para alcanzar el éxito en el mercado, teniendo en cuenta la competencia que exista, para que la vía trazada se cumpla hay que analizar las fortalezas y debilidades que posee la empresa.

2.8.2 Misión

“El propósito específico de una organización indica que le da sentido a una UEN (Unidad Estratégica de Negocios) al describir las pulsaciones que motivan su creación, así como las características perdurables de la misma”(JUÁREZ & LERMA Y KIRCHNER, 2012, p.34).

Es la declaración de su propósito y alcance, en términos de productos y mercados, y responde a la pregunta: “¿Cuál es el negocio de la organización?” Se refiere a su papel en la sociedad donde actúa y explica su razón de ser o de existir.(*CHIAVENATO & SAPIRO, 2011, pág. 73*)

La misión es la razón de ser de la empresa, conocer cuál es su actividad económica o giro de negocio, políticas y metas fijadas por la organización. La misión ayudará a que la empresa se encuentre enfocada a la consecución de los objetivos mediante la planeación estratégica.

2.8.3 Visión

“Perspectiva de lo que se desea que llegue a ser y hacer la organización, al final del periodo que comprende el plan estratégico. Es un vistazo anticipado hacia la imagen que se tiene del éxito o del futuro procurado”(*JUÁREZ & LERMA Y KIRCHNER, 2012, p.39*).

“Significa literalmente “una imagen”. La visión de los negocios, la visión organizacional o incluso la visión del futuro se entiende como el sueño que la organización acaricia. Es la imagen de cómo se verá en el futuro”(*CHIAVENATO & SAPIRO, 2011, p.77*).

La visión es lo que la empresa espera llegar a ser en un periodo de tiempo determinado, es una aspiración hacia el futuro, promueve el compromiso de los trabajadores y empleados de la organización para cumplir con un sueño en común.

2.8.4 Objetivos Estratégicos

Se define con base en anhelos y expectativas humanas respecto de una condición futura ideal. Así se crea una tensión entre el deseo, representado por los valores y las actitudes, y la intención de los individuos, es decir por sus motivaciones y

comportamientos, y los medios disponibles.(*CHIAVENATO & SAPIRO, 2011, p.206*)

“Conjunto de metas de la organización que se emplean para poner en práctica la declaración de misión, es específico y tiene un marco de tiempo bien definido”(DESS, LUMPKIN, & EISNER, 2011, p.28).

Los objetivos estratégicos son propósitos que la entidad desea alcanzar a largo plazo conjuntamente con la misión, visión y valores que la empresa, necesita implementar para conseguir la perspectiva deseada a través del uso de recurso disponible en la empresa.

2.8.5 Valores

“Los valores son las creencias compartidas o las normas de grupo que han interiorizado las personas”(CZINKOTA & RONKAINEN, 2013, pág. 70).

“Constituye el marco axiológico dentro del cual se conducirá la organización en la búsqueda de sus objetivos Sirve para establecer en términos amplios y abstractos la forma en que se desarrollará el comportamiento cotidiano”(JUÁREZ & LERMA Y Kirchner, 2012, p. 41).

Los valores son características morales, creencias, convicciones, principios, normas de convivencia del ser humano, indispensables para mantener una buena relación en la empresa.

2.8.6 Organigrama

“Es un gráfico que representa los diversos cargos y que define las relaciones de autoridad y poder dentro de la organización. Este instrumento permite determinar los cambios en las organizaciones producidas por la operación del proyecto”(VARGAS, 2013, p.133).

“Se definirán los puestos y personas que actualmente ocupan cargos de responsabilidad para proporcionar un conocimiento más profundo de la compañía”(MUÑIZ, 2014, p. 232).

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en las que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.(FRANKLIN FINCOWSKY, 2014, p.100)

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de la empresa, en la cual se detalla los cargos y responsabilidades que le han sido designadas a cada puesto de trabajo. Un organigrama ayuda a tener jerarquías en una empresa, facilitando la organización y líneas de mando para el buen funcionamiento de la entidad.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El estudio de mercado se lo realizará en la ciudad de Ibarra con la finalidad de conocer el comportamiento actual de la oferta, demanda, precio y estrategias de comercialización del producto existente en el mercado, para lo cual nos ayudaremos con técnicas de investigación, tanto primarias como secundarias.

Al analizar la oferta conoceremos los competidores directos que tiene el producto en el mercado y en la demanda se conocerá la frecuencia con la que adquieren el producto, y las características con las que los prefieren.

Al analizar los precios de la competencia podremos tener una idea más clara, para posteriormente proyectarlos para años futuros, en el mercado y poder competir, obteniendo un porcentaje de utilidad para la empresa.

Las estrategias de comercialización ayudarán a que el producto sea conocido en el mercado, siendo esto fundamental para el proyecto ya que de ello depende que existan ventas y el negocio sea rentable y sostenible en el tiempo.

3.2 Objetivos de la Investigación

3.2.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio de mercado mediante investigación de las diferentes variables como oferta, demanda, producto, precio, plaza con la finalidad de determinar el mercado potencial a satisfacer de ternos para damas.

3.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar el comportamiento de la demanda actual mediante información primaria, y determinar el nicho de mercado a atender.
- ✓ Conocer la oferta del producto de ropa formal para damas en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Investigar los precios del mercado en lo referente a ropa formal para damas y así tomar como base y poder establecer el precio.
- ✓ Plantear una estrategia para la comercialización del producto en la ciudad, la cual nos permita fortalecer las ventas mediante promociones y publicidad.

3.3 Variables de mercado

3.3.1 Variables

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias de comercialización

3.4 Indicadores

Demanda

- Frecuencia de compra
- Cantidad demanda
- Colores preferenciales
- Tallas de mayor adquisición

Oferta

- ✓ Identificación de los competidores
- ✓ Cantidad ofertada
- ✓ Materia prima
- ✓ Forma de pago

Precio

- Formas de establecimiento de precio
- Precio de adquisición
- Precio de venta

Estrategias de comercialización

- Promoción
- Publicidad
- Canales de comercialización

3.5 Matriz del estudio de mercado

N ^o	Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Técnica	Fuente	Informantes
1	Identificar el comportamiento de la demanda actual mediante información primaria, y determinar el nicho de mercado a atender.	Demanda	Frecuencia de compra Cantidad demanda Colores que más adquieren Tallas de mayor adquisición	Encuesta	Primaria	Población femenina del cantón Ibarra
2	Conocer la oferta del producto de ternos para damas en la ciudad de Ibarra.	Oferta	Identificación de los competidores Cantidad ofertada Forma de pago Materia prima	Encuesta	Primaria	Modistas y puntos de venta
3	Investigar los precios del mercado en lo referente a los ternos para damas y así tomar como base y poder establecer el precio en el estudio de financiero.	Precio	Formas de establecimiento de precio Precio de adquisición Precio de venta	Entrevista	Primaria	Modistas
4	Plantear una estrategia para la comercialización del producto en la ciudad, la cual nos permita fortalecer las ventas mediante promociones y publicidad.	Estrategias de comercialización	Promoción Publicidad Canales de comercialización	Observación Directa	Primaria	Población femenina del cantón Ibarra.

Elaborado por: La Autora

3.6 Identificación del producto

En la confección de ropa formal para damas al igual que cualquier otra prenda de vestir influye la moda y tendencia a la hora de adquirirla. Los ternos para mujeres constituyen una vestimenta elegante para lucirla en eventos y compromisos sociales en donde se usan diferentes cortes, colores y diseños.

3.6.1 Características

La ropa formal que adquieren las damas son en modelos modernos optando por el terno con falda o pantalón por su comodidad a la hora de portarlo, otra combinación que realizan es la de blusas con pantalón, lo prefieren de esa manera por el clima de la ciudad. Las texturas en la que se fabricarán serán de poliéster con elastina en chaqueta, la falda será de micro stretch Sofía, tafetá esta será de diferentes colores ya que así lo prefieren las consumidoras.

El vestido será fabricado en tela micro stretch Sofía, chiffon y randa siendo estas las texturas que mayor acogida tienen a la hora de seleccionar una prenda. Toda prenda se fabricará en diferentes colores propios de la época.

El producto con mayor acogida es el pantalón según las encuestas aplicadas a los posibles consumidores locales, y oferentes de la ciudad, es por tal motivo que será la prenda de mayor elaboración, este será fabricado en texturas como micro stretch Sofía y tafetá.

El servicio a ofertar será de manera permanente, brindando a los clientes asistencia en las prendas de vestir, ya que ellas decidirán si prefieren el diseño en otro tipo de tela o a su vez un ajuste en la prenda, para que esta quede a su medida.

3.6.2 Ventajas y Desventajas

Ventajas

- ✓ La materia prima se la consigue en el medio local.
- ✓ La ropa formal es un producto comercializable en el medio ya que es utilizada en los trabajos dando una buena imagen al que lo porta.
- ✓ La mano de obra a emplear para la elaboración de las diferentes prendas existe en la zona de estudio.

Desventajas

- ✓ La ropa formal son prendas que se utilizan para eventos sociales y reuniones por lo cual no tiene mayor frecuencia de uso.
- ✓ La frecuencia de adquisición es de manera anual ya sea por su poder adquisitivo o debido a que no encuentran una prenda acorde a su gusto o preferencia.

3.7 Segmentación del mercado

Tabla N° 5

Tabla de la población al 2010

Población Total Imbabura	Población en cantón Ibarra	del Población de la ciudad de Ibarra	Población por sexo de la ciudad	
			Femenino	Masculino
451.476	181.175	139.721	72.556	67.165

Fuente: INEC proyecciones
Elaborado por: La autora

De la población total de la ciudad de Ibarra se tomó el 66% que corresponde a las edades de 15 a 70 años, dando un total de 48.150 habitantes de sexo femenino para el cálculo de la muestra, que represente el universo de estudio.

3.7.1 Mercado Meta

El mercado al cual está dirigido es a mujeres entre 15 años a 70 años de edad debido a factores económicos, para la adquisición del producto.

3.7.2 Tamaño de la Muestra

La muestra representa un importante nicho de mercado ya que el resultado de su estudio posteriormente se aplicará al universo mediante encuestas de manera aleatoria, de las cuales se obtendrá información importante para el proyecto, como es conocer la demanda actual del producto de estudio. Para obtener el segmento de mercado se aplicará la siguiente fórmula:

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

En donde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de población total

Z= es la desviación 1.96 con un nivel de confianza de 95%

e= Margen de error muestral

N-1= error muestral aceptable 5% para población finita

P= es la proporción que esperamos encontrar

$$n = \frac{48.150 * (1.96)^2 * (0.50) * (1 - 0.50)}{(48.150 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.50) * (1 - 0.50)}$$

$n = 382$ Habitantes

Los 382 habitantes representan la parte del universo a estudiar.

3.8 Técnicas de investigación

La técnica a emplearse es la investigación primaria.

3.8.1 Información Primaria

Encuesta y entrevista: se realizó en la ciudad de Ibarra a la población de sexo femenino correspondiente a las edades de 15 a 70 años, así como también a las modistas.

Encuesta y entrevista: se realizará a los productores y comercializadores de ropa formal en la ciudad de Ibarra base proporcionada por el Municipio de Ibarra, las encuestas a aplicar son de 45 entre comerciantes y modistas.

3.9 Tabulación y análisis de la información

Encuesta dirigida a las mujeres ibarreñas comprendido en edades de 15 años en adelante.

1. ¿Cuál es su ocupación?

Tabla N° 6

Ocupación de la población objetivo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleada Pública	40	10%
Empleada Privada	117	31%
Estudiante	55	14%
Ama de casa	170	45%
TOTAL	382	100%

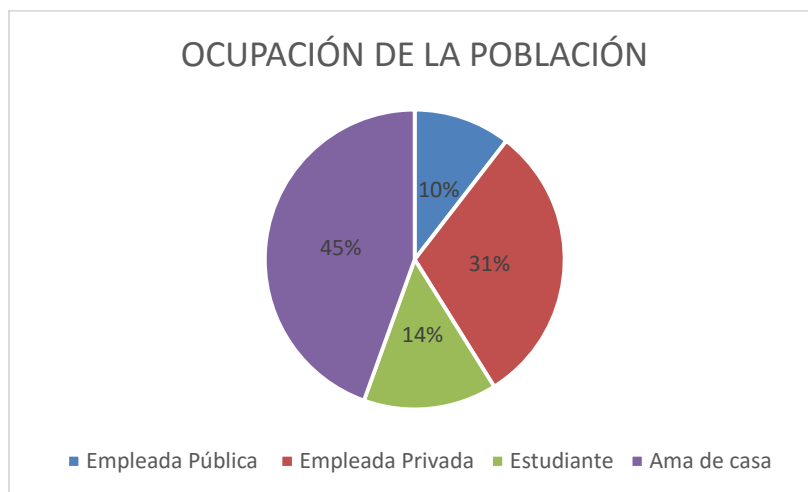


Gráfico N 7 Ocupación de la población

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Una parte importante de las mujeres encuestadas son amas de casa, las cuales dependen de su pareja para la adquisición de un producto, otra parte considerable son empleadas privadas por ende cuentan con capital fijo para obtener los productos que oferta la empresa.

2. Edad

Tabla N° 7

Edad de la población encuestada

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 - 25	91	24%
26 – 35	153	40%
36 - 45	103	27%
46 o más	35	9%
Total	382	100%

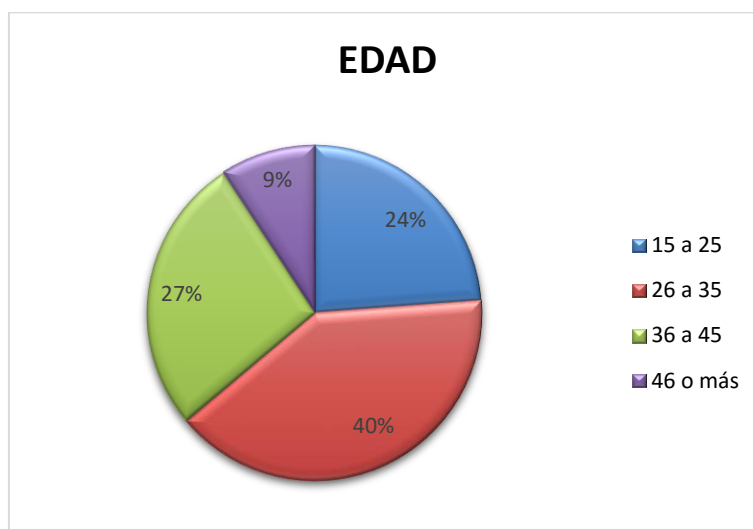


Gráfico N 8 Edad

Fuente: Clientes
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de la población encuestada se encuentra entre los 26 y 35 años de edad, se puede identificar que las mujeres que adquieren el producto son personas jóvenes que les gusta vestirse a la vanguardia de la moda, una parte minoritaria se encuentra en la edad de 46 años en adelante, esto permite direccionar los modelos a confeccionar hacia sus gustos y preferencias.

3. ¿Acostumbra a comprar ropa formal en: ?

Tabla N° 8

Adquisición de ropa formal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes	277	73%
Confeccionada a su medida	105	27%
TOTAL	382	100%

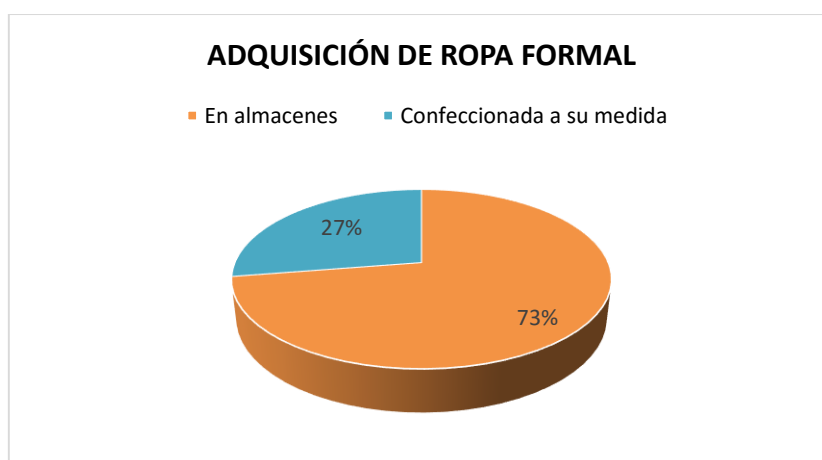


Gráfico N 9 Adquisición de ropa formal

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de las mujeres ibarreñas encuestadas manifiestan que adquieren el producto ya confeccionada en los diferentes puntos de venta, y un 27% confecciona a su medida con su modista de confianza.

Las modistas y sastres que ofertan este servicio se encuentran en la ciudad, las demandantes manifestaron que adquieren este servicio a los familiares y amigos que saben de la rama de corte y confección.

Esta información es importante puesto que es posible colocar en el mercado las prendas objeto del proyecto.

4. ¿Al momento de realizar la adquisición de ropa formal para damas qué características le gusta encontrar?

Tabla N° 9

Exigencias al momento de la adquisición

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad en los materiales	148	29%
Buenos Precios	174	33%
Diseños Novedosos	135	26%
Variedad de colores	64	12%
TOTAL		100%

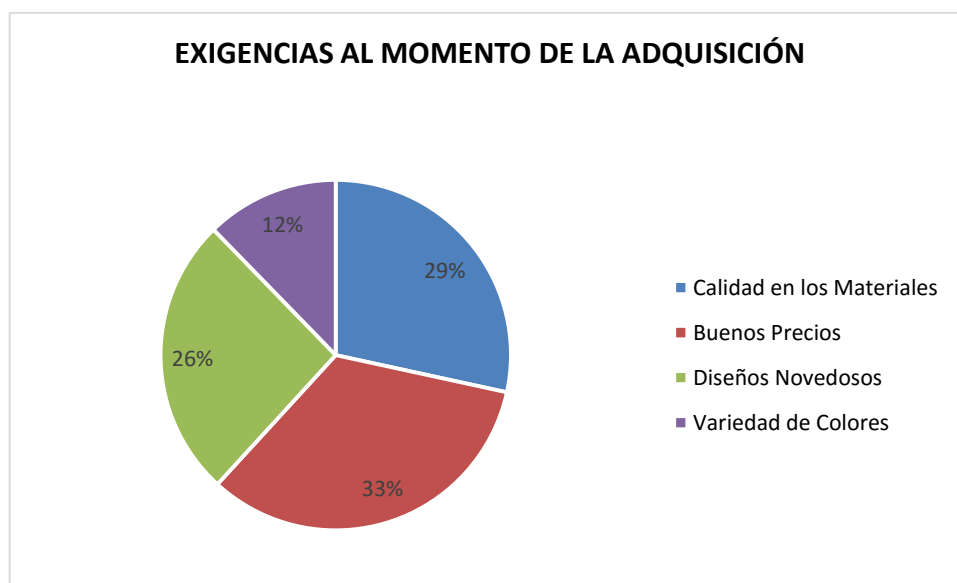


Gráfico N 10 *Exigencias al momento de la adquisición*

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 33% de las encuestadas manifiestan que los buenos precios son indispensables en el momento de realizar la adquisición al igual que la calidad en los materiales en la que se encuentran fabricados los productos y estos deben seguir la tendencia de la moda actual.

5 ¿A qué lugar acude para adquirir ropa formal?

Tabla N° 10

Lugar de adquisición del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PROPORCIÓN
Boutiques	61	15%
Centros Comerciales	140	33%
Catálogo	49	12%
Mercado	166	40%
TOTAL	382	100%

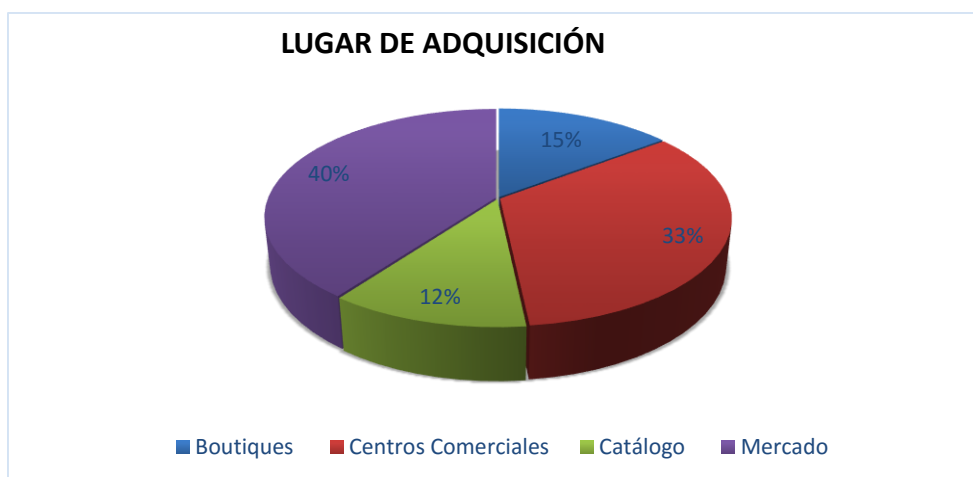


Gráfico N 11 Lugar de adquisición

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 40% de las personas encuestadas manifiesta que adquieren el producto en el mercado debido a que en este lugar obtienen el servicio completo como es confeccionado a la medida del cliente o a su vez si es adquirida ya confeccionada en este lugar le ayudan con ajustes que se necesitan para quedar al gusto del cliente.

La propuesta del proyecto pretende captar el mercado consumidor tomando en cuenta estas preferencias

6 ¿Con que frecuencia adquiere ropa formal?

Tabla N° 11

Frecuencia de adquisición

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	64	17%
Trimestral	85	22%
Semestral	100	26%
Anual	133	35%
TOTAL	382	100%

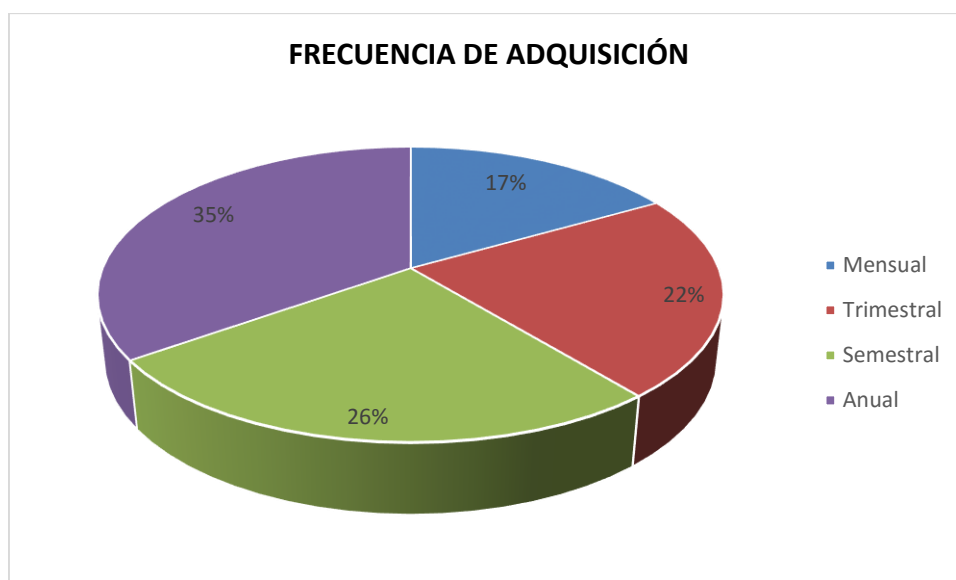


Gráfico N 12 Frecuencia de adquisición

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de la población encuestada adquiere ropa formal anualmente debido a que es utilizada en ocasiones especiales como eventos familiares, reuniones sociales, este tipo de eventos no se realizan con frecuencia. El 26% lo adquiere cada semestre, ya que a las mujeres les gusta lucir una prenda diferente en cada evento social.

Lo que adquieren con mayor frecuencia son blusas debido a que es una prenda que se puede utilizar como complemento, de otras prendas que ya poseen.

7 ¿Qué texturas prefiere en su ropa formal?

Tabla N° 12

Texturas de la ropa formal

	ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Chaqueta	Seda	67
	Gabardina	109
	Crepe Japonés	9
	Poliéster con elastano	55
Pantalón	Micro stretch Sofía	209
	Tafeta	55
	Crepe lip	18
	Seda	30
Vestido	Chiffón	58
	Micro stretch Sofía	92
	Randa	57
	Tafeta	10
Blusa	Seda	144
	Dacron	69
	Chiffón	37
	Randa	32
Falda	Crepe lip	38
	Micro stretch Sofía	104
	Tafeta	29
	Batista perforada	15

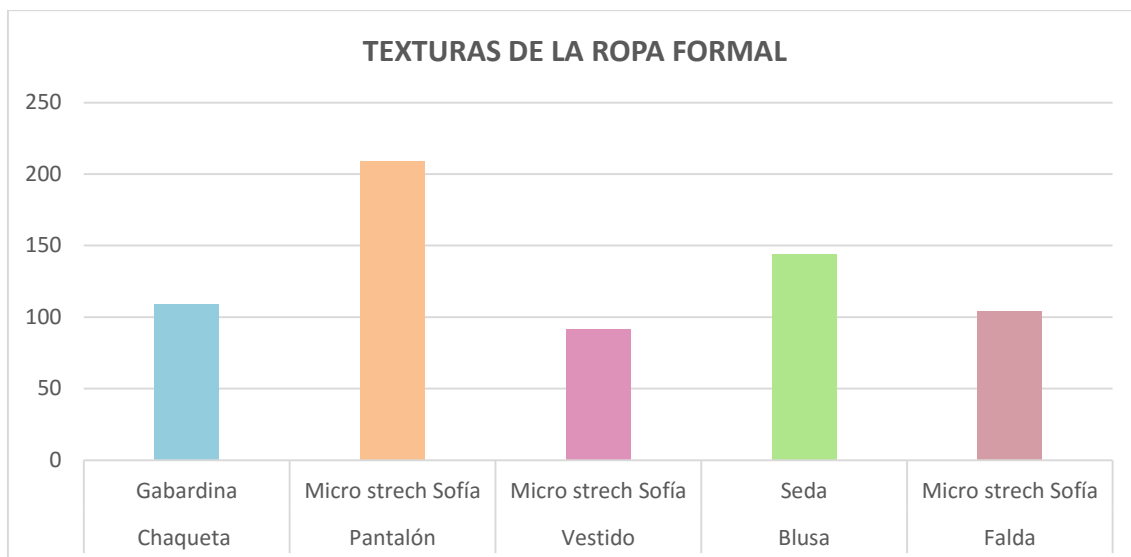


Gráfico N 13 Texturas de la ropa formal

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El producto con mayor comercialización son las chaquetas y faldas, chaquetas y pantalón y las blusas. El 9% de las mujeres prefieren las chaquetas de gabardina, un 17% optan por la tela micro stretch Sofía en pantalones, el 7% manifiestan que los vestidos deben ser confeccionados en textura micro stretch Sofía debido a que en la actualidad se encuentra a la moda, el 12% manifiesta que las blusas se deberían confeccionar en seda por su comodidad y textura, el 8% elige la tela micro stretch Sofía para la confección de faldas las cuales forman conjunto con las chaquetas. Las diferentes texturas que han tenido mayor acogida por las mujeres son: la gabardina, seda y micro stretch Sofía.

8 ¿Qué prendas prefiere utilizar como complemento a su traje?

Tabla N° 13

Prendas de complemento

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pañuelo	161	43%
Diademas y Turbantes	124	33%
Coletero	73	19%
Ninguno	17	5%
TOTAL	382	100%

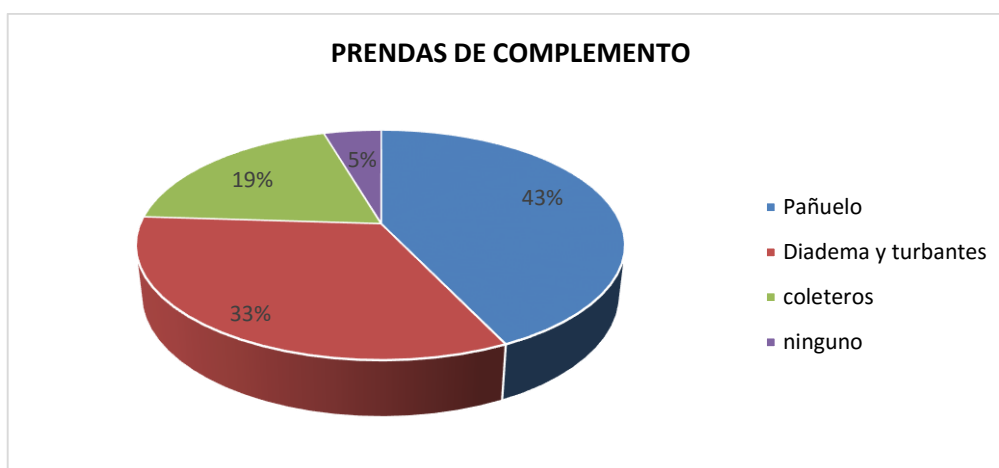


Gráfico N 14 Prendas de complemento

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de las mujeres encuestadas consideran que el pañuelo es un buen complemento para lucirlo con el traje adquirido. En un 33% de las demandantes optaron por una diadema o turbante debido a factores personales como gustos y preferencias del cliente.

El proyecto pretende implementar este incentivo para poder captar al consumidor, tomando en cuenta las preferencias de esta pregunta.

9 ¿Cuántas prendas adquiere por cada compra?

Tabla N° 14

Número de prenda adquiridas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 prenda	92	24%
2 prendas	216	57%
3 prendas o más	74	19%
TOTAL	382	100%

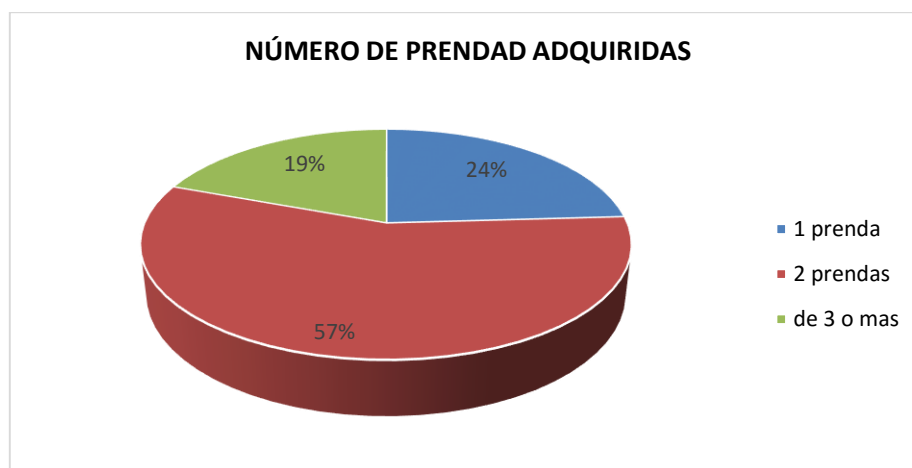


Gráfico N 15 Número de prendas adquiridas

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de la población encuestada adquieren dos prendas por cada compra de preferencia deciden adquirir ternos ya sea con pantalón o falda, es por esta razón que ellas buscan un lugar donde les ofrezcan un servicio personalizado de acuerdo a las tendencias actuales del mercado. Otra alternativa a la hora de adquirir el producto es la blusa con pantalón, por su comodidad y condiciones climáticas de la zona.

Esta información ayuda para la construcción del portafolio de productos y las cantidades a producir.

10 ¿Los diseños que prefiere son:?

Tabla N° 15
Diseños de preferencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PROPORCIÓN
Tradicionales	38	10%
Modernos	265	69%
Conocidos	71	18%
Alta costura	12	3%
TOTAL		100%

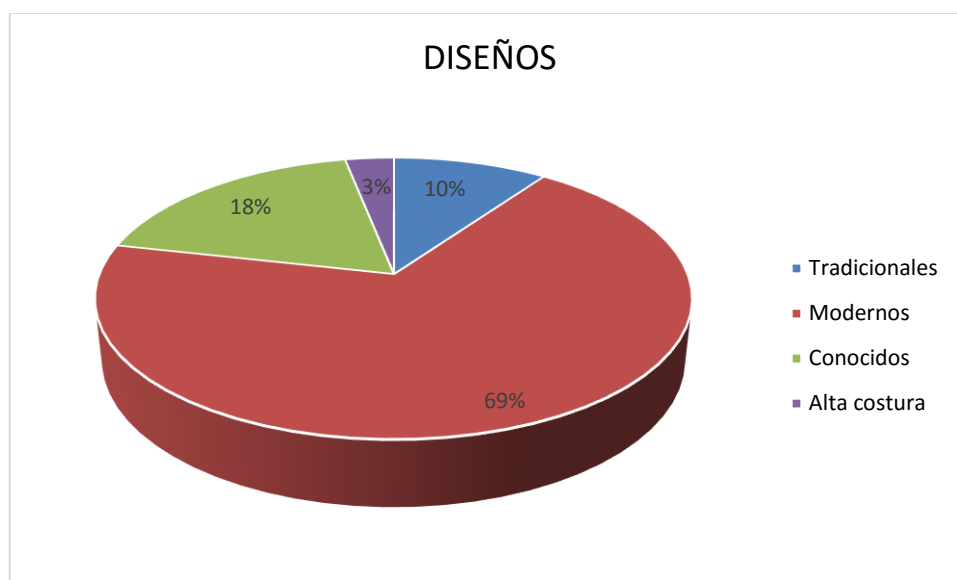


Gráfico N 16 Diseños

Fuente: Clientes
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Lo que buscan en las prendas de vestir la mayoría de las mujeres son los diseños modernos, estos influye en la personalidad al momento de lucirla en eventos, reuniones o a su vez en el trabajo. Las prendas de vestir siempre deben estar a la vanguardia de la moda actual, en especial tratándose de productos para mujeres.

11 ¿La ropa que adquiere consiste en

Tabla N° 16

Prendas adquiridas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ternos con falda	35	6%
Ternos con pantalón	120	21%
Blusas	135	24%
Faldas	47	9%
Pantalones	170	30%
Vestidos	56	10%
TOTAL		100%

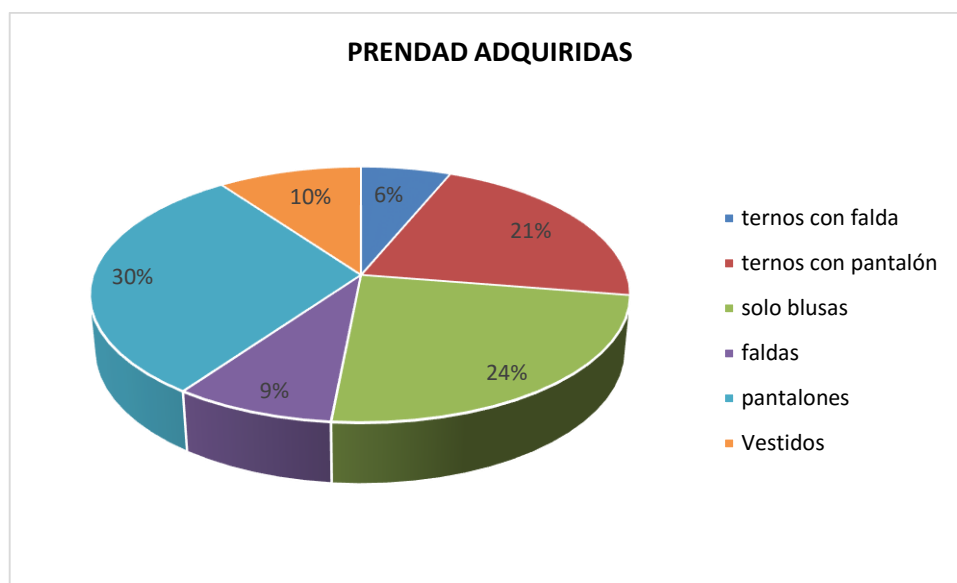


Gráfico N 17 Prendas adquiridas

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas aplicadas el 30% adquiere pantalones, 24% adquiere blusas y un 21% ternos con pantalón, por lo que se puede identificar que las consumidoras optan por adquirir pantalones y blusas en reemplazo de la chaqueta por su comodidad. Esto nos permitirá elaborar el portafolio de productos de manera adecuada.

12 ¿Su nivel de ingresos se encuentra dentro del rango

Tabla N° 17

Nivel de ingresos de la demanda

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hasta 400\$	266	70%
400\$ – 800\$	71	19%
800\$ - 1000\$	25	6%
Más de 1000	13	3%
No responde	7	2%
Total	382	100%

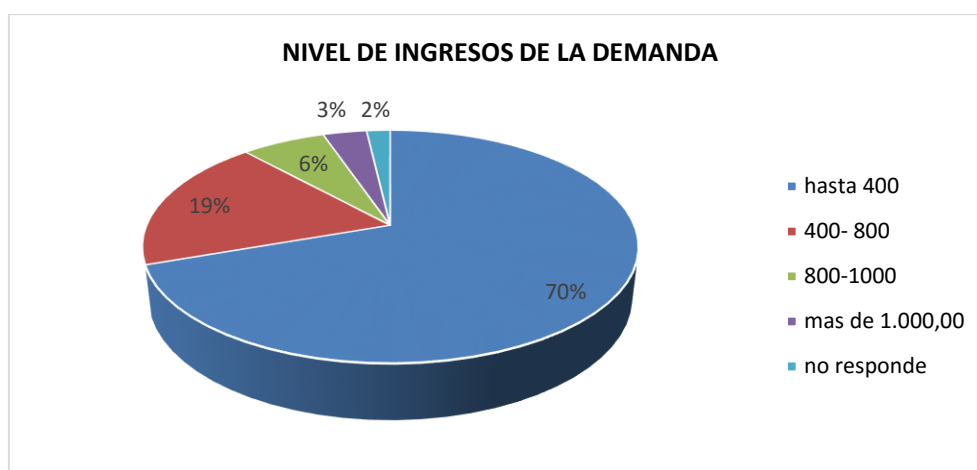


Gráfico N 18 Nivel de ingresos de la demanda

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de la población encuestada manifiesta que su nivel de ingresos se encuentra dentro del rango hasta 400, encontrándose en un estatus social medio por lo que se ha considerado que el proyecto se encuentra direccionado a dicha población. El 30% de la población encuestada se encuentra en el nivel de ingresos mayores a 400 dólares considerándose una oportunidad para ingresar a este nicho de mercado. Esta información direcciona para conocer el poder de adquisición de nuestros posibles clientes.

13 ¿Porque medio de comunicación usted se informa sobre las promociones y novedades del mercado de ropa formal?

Tabla N° 18

Información de promociones

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	71	17%
Prensa Escrita	25	6%
Redes Sociales	128	31%
Catálogo Impreso	145	35%
Catálogo Virtual	43	11%
Total	382	100%

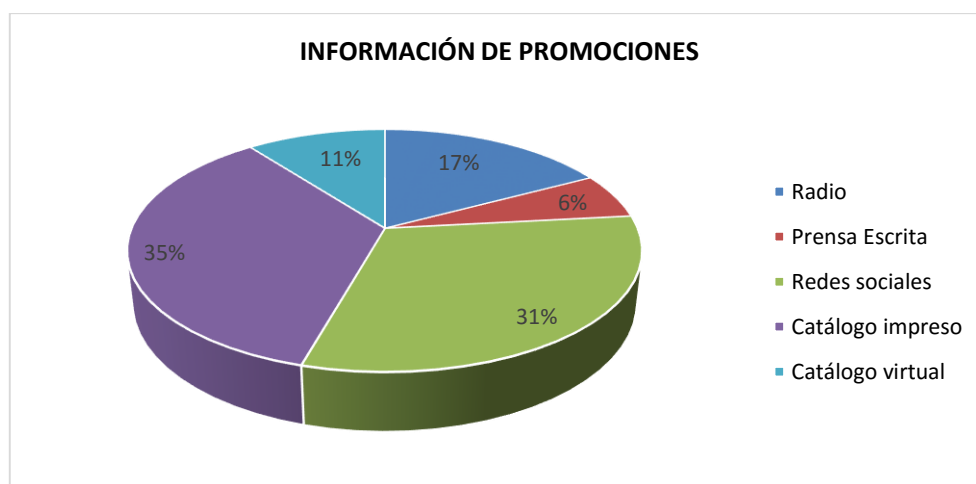


Gráfico N 19 Información de promociones

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de las encuestadas optaron por el catálogo impreso como medio de información para la publicación de las promociones y novedades del producto. Un 31% de la población encuestada menciona a las redes sociales como una fuente de información debido a que la gran mayoría de las personas poseen un celular, y es más dinámico a la hora de interactuar entre productores y clientes.

14 ¿Su presupuesto mensual para la compra de ropa formal está entre?

Tabla N° 19

Presupuesto mensual

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30\$ 50\$	231	61%
50\$ 70\$	89	23%
70\$ - 90\$	35	9 %
Más de 90\$	24	6%
No presupuesta	3	1%
Total		100%

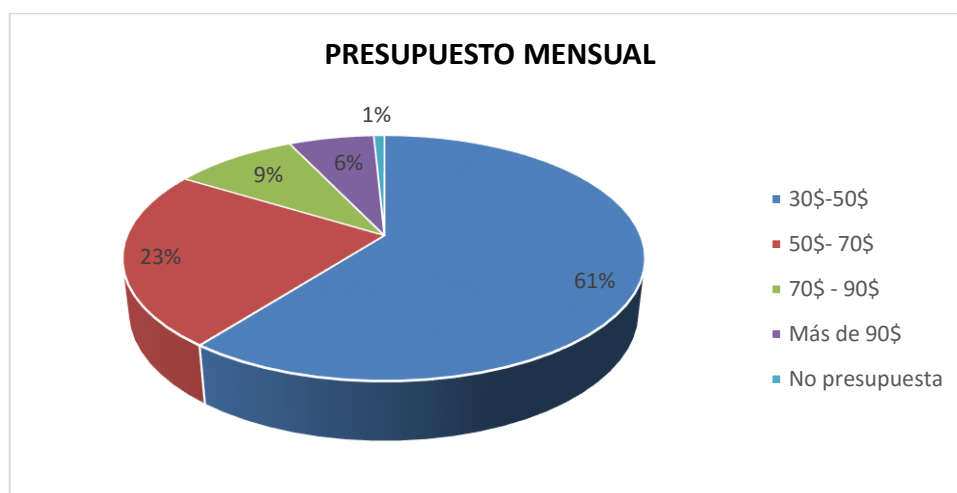


Gráfico N 20 Presupuesto mensual

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas manifiestan que su nivel de ingresos se encuentra dentro del rango de 30\$ - 50\$ dólares por lo que la opción de compra es de una a dos prendas en el mercado local. El 1% de los encuestados tienen ingresos superiores a 1.000 dólares la opción de compra es de tres prendas en adelante. Podemos ver que los posibles clientes cuentan con presupuesto para la adquisición del producto.

15 ¿Qué precio estaría dispuesta a pagar por la adquisición de ropa formal?

Tabla N° 20

Precio estimado por prendas

	ALTERNATIVA	P.V.P Estimado
Chaqueta	Seda	27\$
	Gabardina	30\$
	Crepé Japonés	30\$
	Poliéster con elastano	30\$
Pantalón	Micro stretch Sofía	35\$
	Tafetá	25\$
	Crepé lip	27\$
	Seda	27\$
Vestido	Chiffón	25\$
	Micro stretch Sofía	30\$
	Randa	23\$
	Tafetá	28\$
Blusa	Seda	20\$
	Dacrón	20\$
	Chiffón	20\$
	Randa	25\$
Falda	Crepé lip	25\$
	Micro stretch Sofía	28\$
	Tafetá	25\$
	Batista perforada	30\$
TOTAL		

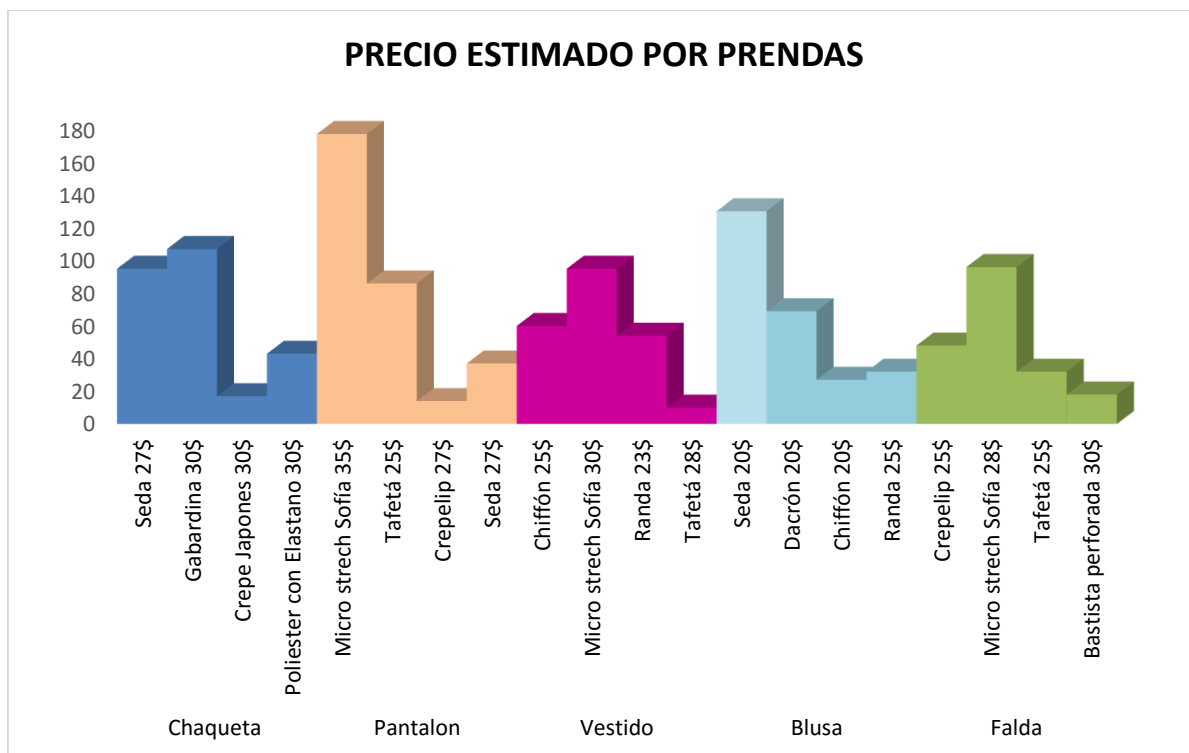


Gráfico N 21 Precio estimado por prendas

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El producto de mayor comercialización es el pantalón en micro stretch Sofía con un precio de 35\$, las blusas de mayor comercialización son las de seda con un precio de 20 dólares, mientras que los vestidos de mayor preferencia son los de micro stretch Sofía debido a que es una tela que se ajusta perfectamente al cuerpo, como es de preferencia para las consumidoras, en blusas optaron por las de seda debido a su textura dócil para la piel, en las faldas de mayor aceptación está en micro stretch Sofía.

La textura de mayor acogida para las diferentes prendas es la micro stretch Sofía por su comodidad y elegancia a la hora de vestir, otra es la seda por su resistencia brillo y suavidad. Con la información obtenida podemos seleccionar las texturas en las cuales se confeccionarán las prendas de vestir, mediante la acogida que tuvieron en dichas prendas

Tabulación y análisis de la información

Encuesta dirigida a los fabricantes y comercializadores de ropa formal en la ciudad de Ibarra.

✓ ¿Cuál es la procedencia de la ropa que usted comercializa?

Tabla N° 21

Ocupación de la localidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Confeccionada por usted	16	33%
Adquirida ya confeccionada	32	67%
Total		100%



Gráfico N 22 Procedencia de la ropa

Fuente: Oferentes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de los ofertantes adquieren la mercadería a los productores de la ciudad de Quito según manifestaciones de los mismos, un porcentaje minoritario pero significativo realizan confecciones personalizadas a los clientes en sus locales, una gran parte de las modistas manifiesta que la tela lleva el cliente a gusto y preferencia, así como el diseño, o en otras ocasiones es sugerido por la modista.

2¿Cuántas prendas usted fábrica o compra por semana?

Tabla N° 22

Fabricación y adquisición por mes

ALTERNATIVA		FRECUENCIA
Conjuntos con Pantalón	Hasta 6	11
	7 a 12	8
	13 a 18	6
	19 a 24	7
	Más de 24	6
Conjuntos con Falda	Hasta 6	6
	7 a 12	2
	13 a 18	1
	19 a 24	1
	Más de 24	0
Pantalón	Hasta 6	4
	7 a 12	7
	13 a 18	14
	19 a 24	10
	Más de 24	10
Vestido	Hasta 6	9
	7 a 12	5
	13 a 18	6
	19 a 24	6
	Más de 24	8
Blusa	Hasta 6	11
	7 a 12	6
	13 a 18	5
	19 a 24	12
	Más de 24	7
Falda	Hasta 6	11
	7 a 12	3
	13 a 18	4
	19 a 24	3
	Más de 24	0
Total		

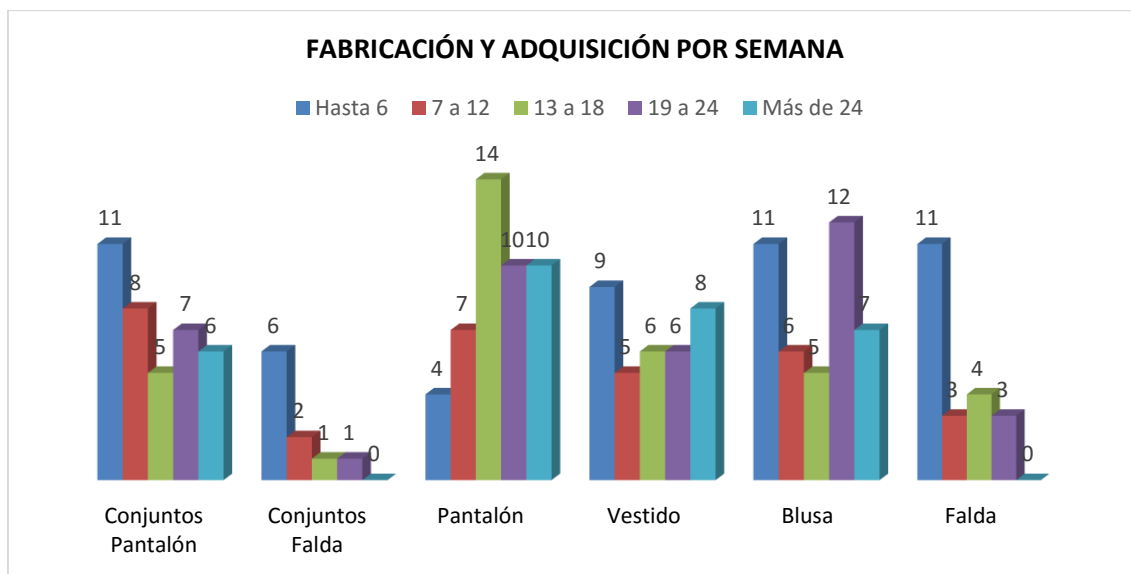


Gráfico N 23 Fabricación y adquisición por semana

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

El producto de mayor comercialización es el pantalón, blusa, vestido y el conjunto con pantalón como se puede observar en el gráfico 22 el pantalón es fabricado en docenas mediante patronaje al igual de las demás prendas.

Los oferentes que realizan la producción son los sastres y modistas en pequeñas cantidades, los comerciantes tales como Ethafashion, RyM son los más grandes comercializadores de este tipo de prendas, los cuales adquieren la mercadería en grandes cantidades. En el centro de la ciudad los locales como Jhois, Olizama, Manna from Heave y Ccloy River boutique ofertan ternos de mujer con pantalón o falda. En lo que respecta los comercializadores de blusas y pantalones se encuentran ubicados en el centro comercial la Bahía, Pasaje Ibarra, La Playita, los comercializadores de vestidos están ubicados en el centro comercial Laguna Mall.

Es necesario conocer la competencia directa que tiene el proyecto para poder competir y captar un segmento de mercado insatisfecho.

3¿Los materiales que usted utiliza para la comercialización son de procedencia nacional o extranjera?

Tabla N° 23

Materiales para la comercialización

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	11	24%
Extranjera	5	11%
Mixta	29	64%
Total		100%

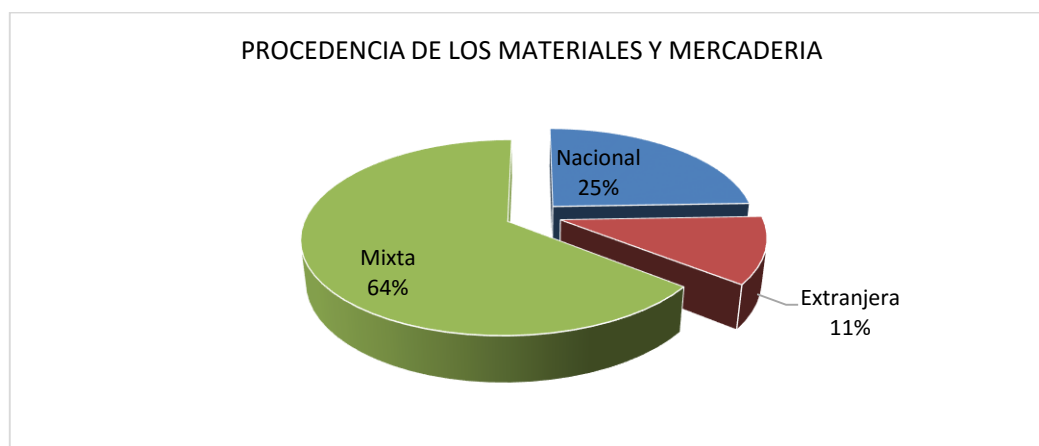


Gráfico N 24 Procedencia de los materiales y mercadería

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de los materiales para la confección de las diferentes prendas de vestir son de procedencia nacional y extranjera, cabe mencionar que las modistas y sastres utilizan materia prima mixta para la producción por su variedad de colores y texturas. Las modistas optan por la textura compuesta debido a su utilidad en diferentes partes de las prendas. Mediante esta información se identificará la aceptación de productos nacionales lo cual es beneficioso para el proyecto, ya que en la fabricación se utilizará de materia prima nacional y extranjera en algunos casos.

4¿Los diseños que confecciona son de su autoría?

Tabla N° 24

Autoría en los diseños

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	9	56%
No	7	44%
Total	16	100%

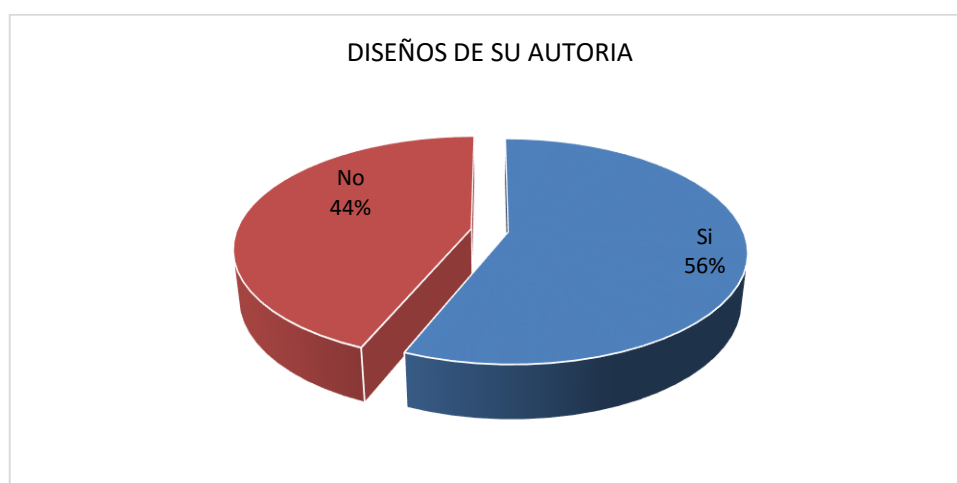


Gráfico N 25 Diseño de su autoría

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayor parte de las modistas y sastres expresan que los diseños que exhiben a la venta son de autoría del fabricante, o a su vez son de figurines y revistas con un valor agregado por parte del profesional, en un porcentaje menor pero significativo manifiestan que confeccionan de los modelos de revista. Debido a que los clientes llevan el diseño.

En lo que respecta a los comerciantes adquieren las prendas confeccionadas en diferentes modelos y colores.

5¿La confección que usted realiza es a base de:?

Tabla N° 25

Ocupación de la población

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Patronaje	3	20%
Personalizada	12	80%
Total		100%

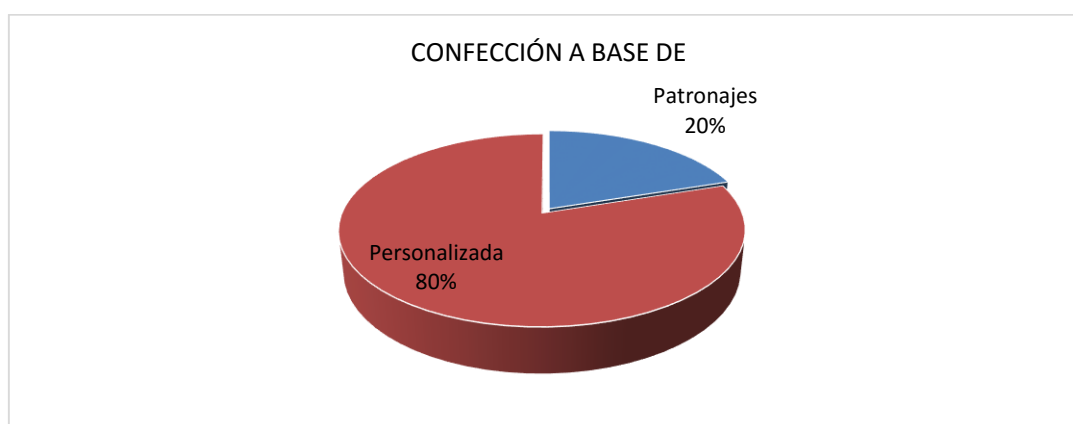


Gráfico N 26 Confección

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de los sastres y modistas realizan confecciones personalizadas a los clientes, a gusto y preferencia del consumidor, en un 20% realizan elaboraciones a base de patrones para la comercialización en los diferentes puntos de venta. Según observaciones de las modistas los clientes prefieren la confección personalizada debido a que ellas consideran que el modelo y diseño se asemeja a su figura. Mediante esta información se puede analizar que los oferentes brindan el servicio de confección personalizada y es de buena acogida por los demandantes lo cual es beneficioso para el proyecto ya que este servicio será ofertado en un lugar acogedor donde el cliente se encuentre a gusto con el servicio y el lugar.

6¿Cuál de las prendas que usted comercializa son las más vendidas?

Tabla N° 26

Comercialización de prendas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Conjuntos con Pantalón	7	11%
Conjuntos con falda	2	3%
Vestido	19	31%
Faldas	3	5%
Blusas	15	24%
Pantalón	16	26%
Total		100%

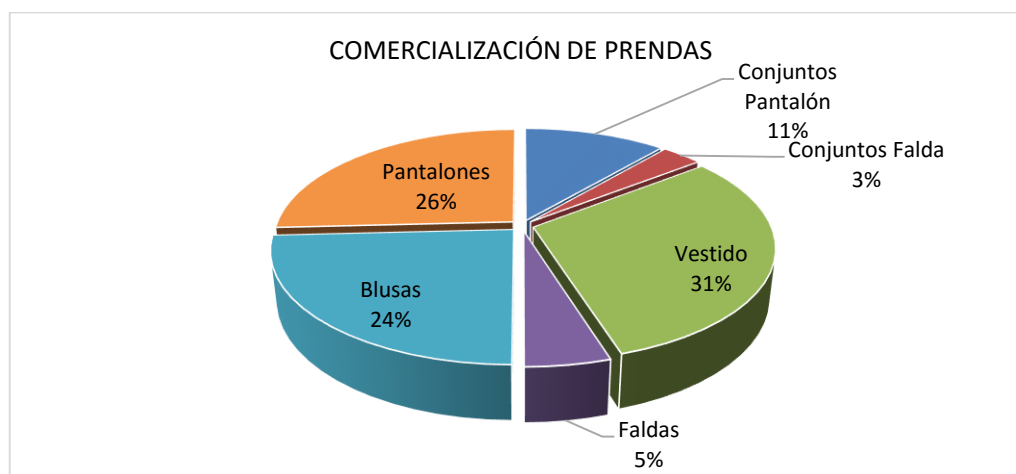


Gráfico N 27 Comercialización de prendas

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los oferentes manifiestan que los pantalones blusas y vestidos son prendas comerciables en el mercado local. Estos productos tienden a ser más acogidos en temporadas de navidad. Los ternos con pantalón son adquiridos en un porcentaje minoritario a causa de ser un vestuario que lo utilizan en ocasiones especiales y sobre todo personas adultas. Esto nos permite conocer el vestuario de mayor comercialización para posteriormente confeccionarlo en el proyecto.

7 ¿Con qué frecuencia adquiere o fabrica productos para la venta?

Tabla N° 27

Frecuencia de producción

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada Mes	15	35%
Cada dos Meses	11	26%
Cada tres	8	19%
Más de tres	9	21%
Total		100%

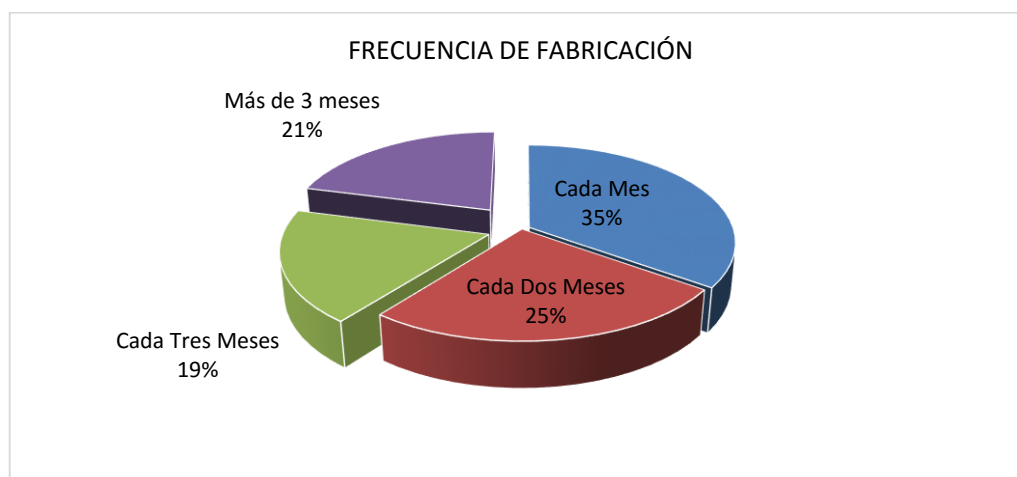


Gráfico N 28 Frecuencia de fabricación

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayor parte de oferentes confeccionan o adquieren mercadería cada mes y dos meses en pequeñas cantidades, debido a que su mercadería no es comerciable según lo consideran los comerciantes. Otro factor que ellos consideran es el poder adquisitivo para la compra. Diferentes comerciantes han optado por ampliar su variedad de productos y manifiestan que brindando variedad de prendas como vestidos blusas y zapatos les va bien en el local. Mediante esta información conocemos la rotación de las prendas de vestir en los diferentes puntos de venta y los posibles productos complementarios a ofrecerse.

8 ¿La atención al cliente es: ?

Tabla N° 28

Atención al cliente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Permanente	44	98%
Ocasional	1	2%
Total		100%



Gráfico N 29 Atención al cliente

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Una gran parte de oferentes comercializan sus productos en locales arrendados o propios, atendiendo a los clientes de forma permanente por las exigencias del mercado local, ya que los demandantes adquieren el producto donde ofrezcan un servicio de forma ordenada y sin horarios. Es una buena estrategia de los puntos de venta no cerrar a medio día ya que en ese tiempo es donde los consumidores pasan por el lugar y adquieren el producto, en particular las personas que laboran en oficinas.

9 ¿Existe alguna temporada en la que las ventas se incrementen?

Tabla N° 29

Temporada que incrementan las ventas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Escolar	9	16%
Navideña	27	47%
Verano	18	32%
Invierno	0	0%
Otra	3	5%
Total		100%

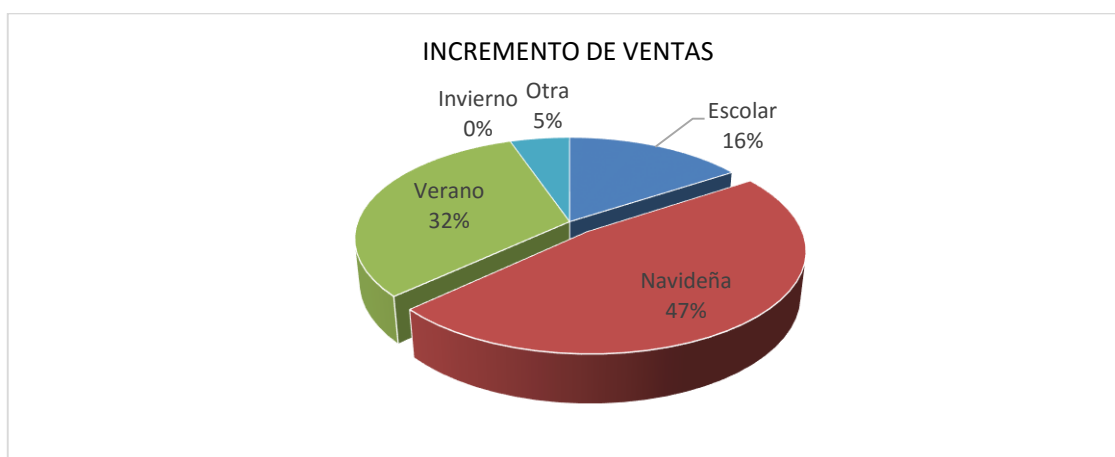


Gráfico N 30 Incremento de ventas

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de los comerciantes consideran que la temporada en la que las ventas se incrementan es en época navideña y verano por su clima. En las demás temporadas adquieren el producto en pequeñas cantidades. Esto brinda la pauta para aumentar las unidades de producción en dichas temporadas, debido a su alto índice de adquisición, sobre todo en el día de la madre en donde los ternos son requeridos en mayor cantidad.

10 ¿Los precios que usted oferta son fijados por?

Tabla N° 30

Fijación de precios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costos de Producción	6	13%
A base del mercado	24	53%
Ambas	15	33%
Total		100%

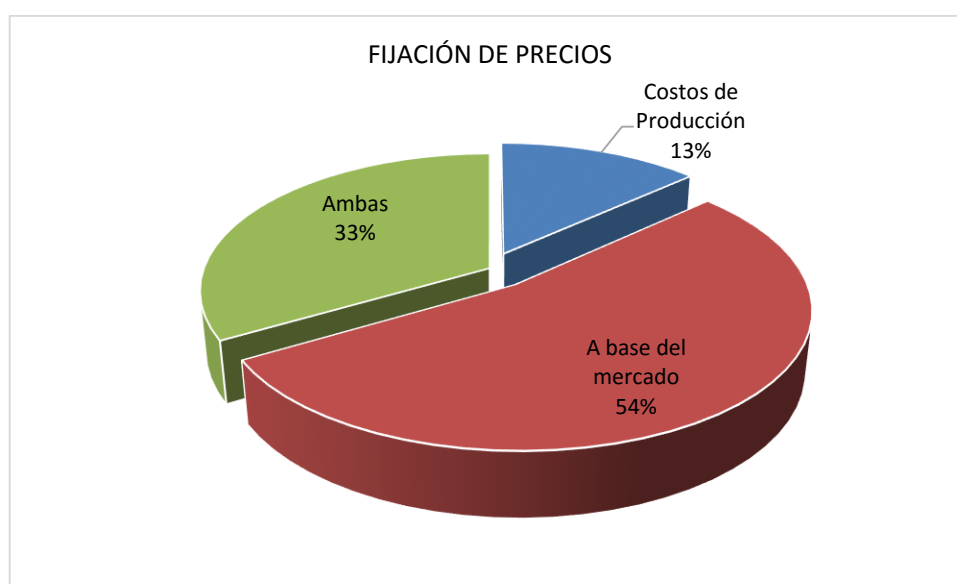


Gráfico N 31 Fijación de precios

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados manifiestan que fijan el precio por medio de la competencia existente en el medio local, en otras ocasiones establecen un equilibrio entre precio de mercado y costos de producción. Para el presente estudio los precios se fijaran por medio de costos y a base del mercado obteniendo un precio razonable para cada producto.

11 La comercialización del producto lo realiza en:?

Tabla N° 31

Comercialización del producto

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes propios	40	91%
Concesiones	4	9%
Total		100%

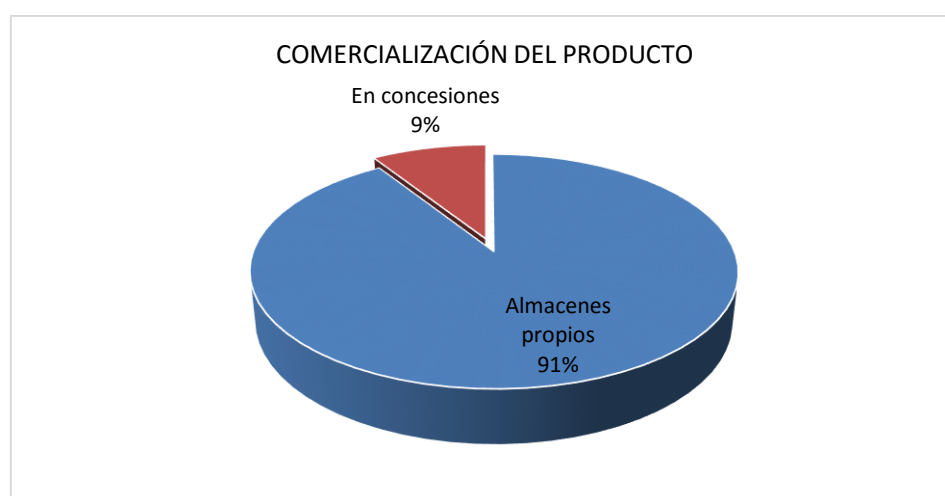


Gráfico N 32 Comercialización del producto

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Los sastres y modistas consideran provechosa la comercialización del producto en el mismo lugar donde confeccionan, ya que el cliente mira el proceso de fabricación lo que le da confianza al momento de realizar la adquisición, en algunas ocasiones al momento de adquirir la mercadería deciden que el modelo es atractivo en otro color y optan por confeccionárselo. Los comerciantes buscan un lugar visible para exhibir el producto y se establecen en lugares de mayor afluencia de personas, información que se considerará en el proyecto para implantar su localización.

12 ¿La forma de comercialización es: ?

Tabla N° 32

Forma de comercialización

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contado	14	82%
Crédito	3	18%
Total	17	100%

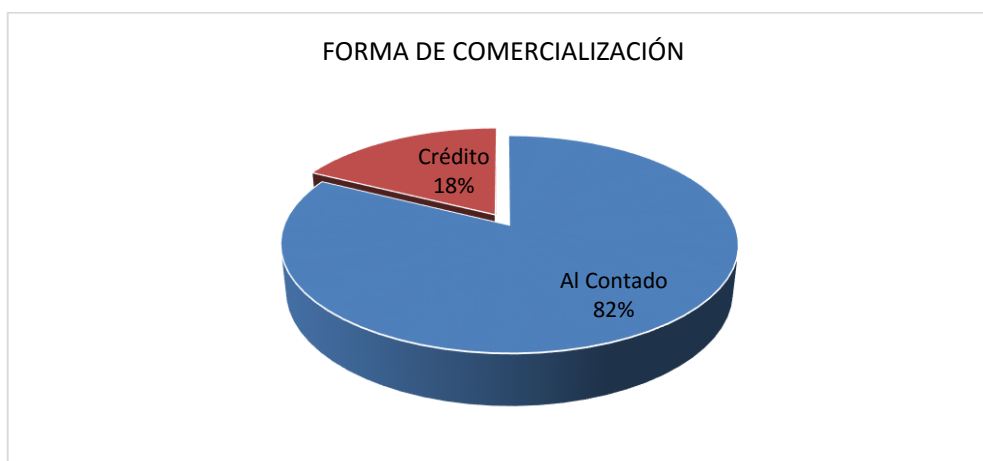


Gráfico N 33 Forma de comercialización

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los ofertantes deciden cobrar al contado considerando que los precios no son significativos como para otorgar crédito, en el caso de confeccionarse ternos sastres ellos otorgan facilidad de pago en dos cómodas cuotas una al momento de realizar la toma de medidas y la otra al momento de la entrega del producto. Los comerciantes optan por cobrar mediante tarjetas de crédito para facilidad de los consumidores. Permite establecer formas de pago para los demandantes a implementarse en el proyecto

13 ¿La mano de obra que emplea para la producción es calificada?

Tabla N° 33

Mano de obra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	40	85%
No	7	15%
Total		100%

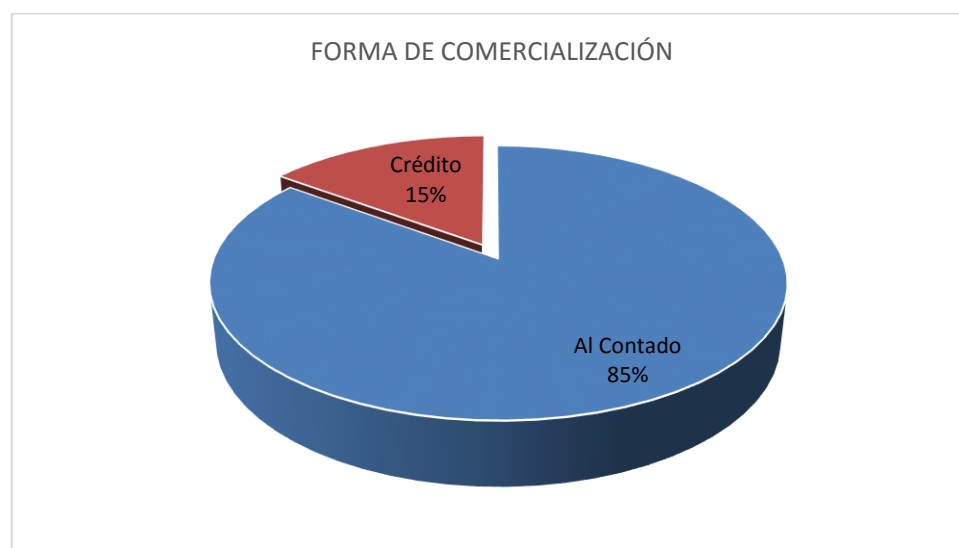


Gráfico N 34 Forma de comercialización

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Las modistas y sastres deciden emplear como operarios a personas con experiencia en la rama de corte y confección, ya que les facilita la elaboración de las prendas, además cuentan con el conocimiento necesario para la producción de este tipo de vestuarios, aportando en los diseños y la perfección de la confección. Podemos ver que la mano de obra a emplearse en el proyecto será calificada para poder crear productos de calidad y competitivos en el mercado local.

14 ¿El pago de sueldos a los empleados es: ?

Tabla N° 34

Fijación de remuneración

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por Hora	4	10%
Sueldo Fijo	27	64%
Por Obra	11	26%
Total		100%

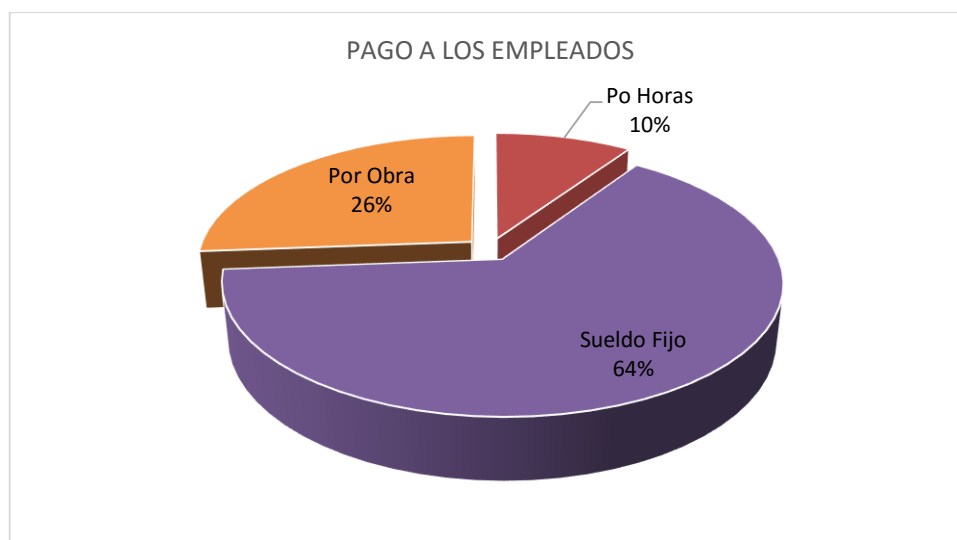


Gráfico N 35 Pago a los empleados

Fuente: Clientes

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Un porcentaje considerable de los oferentes manifiestan que el pago al talento humano lo realizan por obra, debido al tiempo que toma elaborar este tipo de prendas, y su comercialización es por temporada y sobre todo las prendas sastres requieren un proceso diferente en su elaboración. El sueldo fijo es para el personal que atiende en los locales comerciales. En el proyecto el pago al recurso humano se establecerá por unidades de producción.

3.10 Análisis y proyección de la demanda

3.10.1 Demanda actual

La demanda actual del proyecto se encuentra constituido por las mujeres que se espera adquieran el producto, comprendidas entre 15 a 70 años de edad.

Es necesario conocer la cantidad demandada de los productos a comercializarse en la ciudad de Ibarra, para este análisis se tomará la información de las pregunta número seis referente a con qué frecuencia adquiere ropa formal y la número once la ropa que adquiere consiste en, así se conocerá la demanda del producto anual.

Tabla N° 35

Demanda de ternos con Pantalón

Población objetivo	Frecuencia de consumo	Consumo en porcentaje	Consumido ras	Frecuencia de consumo	Consumo anual en habitantes	Consumo promedio en %	Consumo promedio anual	Consumo promedio en unidades	Demanda promedio en unidades
	Mensual	17%	8.186	12	98.226		20.627		20.627
48.150	Trimestral	22%	10.593	4	42.372	21%	8.898	1	8.898
	Semestral	26%	12.519	2	25.038		5.258		5.258
	Anual	35%	16.853	1	16.853		3.539		3.539
	TOTAL	100%	48.150		182.489		38.323		38.323

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

La demanda de cada una de las prendas de vestir se determinó de la siguiente manera, utilizando la pregunta número seis y la número once de la encuesta aplicada a las mujeres ibarreñas.

De la muestra de estudio se generaliza para el total de la población objetivo mediante los porcentajes obtenidos de la pregunta seis, posteriormente se multiplica por la frecuencia de consumo, obteniendo la frecuencia anual; a continuación se toma la

información de la pregunta once en porcentajes, consecutivamente se multiplica y se obtiene el consumo promedio anual de los ternos con pantalón y finalmente multiplicamos por el consumo promedio en unidades obteniendo la demanda promedio en unidades. De ahí el dato adquirido de 38.323 que representa el consumo actual de ternos para damas.

Tabla N° 36
Demanda de ternos con falda

Población objetivo	Frecuencia de consumo	Consumo en porcentajes	Consumidoras	Frecuencia de consumo	Consumo anual en mujeres	Consumo promedio en %	Consumo promedio anual	Consumo promedio en unidades	Consumo anual en unidades
48.150	Mensual	17%	8.186	12	98.226	6%	5.894	1	5.894
	Trimestral	22%	10.593	4	42.372		2.542		2.542
	Semestral	26%	12.519	2	25.038		1.502		1.502
	Anual	35%	16.853	1	16.853		1.011		1.011
	TOTAL	100%	48.150		182.489		10.949		10.949

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 37
Demanda de pantalón

Población objetivo	Frecuencia de consumo	Consumo en porcentajes	Consumidoras	Frecuencia de consumo	Consumo anual en mujeres	Consumo promedio en %	Consumo promedio anual	Consumo promedio en unidades	Consumo anual en unidades
48.150	Mensual	17%	8.186	12	98.226	30%	29.468	1	29.468
	Trimestral	22%	10.593	4	42.372		12.712		12.712
	Semestral	26%	12.519	2	25.038		7.511		7.511
	Anual	35%	16.853	1	16.853		5.056		5.056
	TOTAL	100%	48.150		182.489		54.747		54.747

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 38
Demanda de vestido

Población objetivo	Frecuencia de consumo	Consumo en porcentajes	Consumidoras	Frecuencia de consumo	Consumo anual en mujeres	Consumo promedio en %	Consumo promedio anual	Consumo promedio en unidades	Consumo anual en unidades
48.150	MENSUAL	17%	8.186	12	98.226	10%	9.823	2	19.645
	TRIMESTRAL	22%	10.593	4	42.372		4.237		8.474
	SEMESTRAL	26%	12.519	2	25.038		2.504		5.008
	ANUAL	35%	16.853	1	16.853		1.685		3.371
	TOTAL	100%	48.150		182.489		18.249		36.498

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 39
Demanda de blusas

Población objetivo	Frecuencia de consumo	Consumo en porcentajes	Consumidoras	Frecuencia de consumo	Consumo anual en mujeres	Consumo promedio en %	Consumo promedio anual	Consumo promedio en unidades	Consumo anual en unidades
48.150	MENSUAL	17%	8.186	12	98.226		23.574		23.574
	TRIMESTRAL	22%	10.593	4	42.372	24%	10.169	1	10.169
	SEMESTRAL	26%	12.519	2	25.038		6.009		6.009
	ANUAL	35%	16.853	1	16.853		4.045		4.045
	TOTAL	100%	48.150			182.489		43.797	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 40
Demanda de faldas

Población objetivo	Frecuencia de consumo	Consumo en porcentajes	Consumidoras	Frecuencia de consumo	Consumo anual en mujeres	Consumo promedio en %	Consumo promedio anual	Consumo promedio en unidades	Consumo anual en unidades
48.150	MENSUAL	17%	8.186	12	98.226		8.840		8.840
	TRIMESTRAL	22%	10.593	4	42.372	9%	3.813	1	3.813
	SEMESTRAL	26%	12.519	2	25.038		2.253		2.253
	ANUAL	35%	16.853	1	16.853		1.517		1.517
	TOTAL	100%	48.150			182.489		16.424	

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

Para establecer la demanda se tomó información de las preguntas tres y cinco de la encuesta realizada a las mujeres ibarreñas logrando obtener los siguientes resultados.

Tabla N° 41
Resumen de la demanda actual

Productos	Demanda Anual	Confeccionada a la medida 27%	Adquisición en centros comerciales 60%	Demanda
Ternos con Pantalón	38.323	10.347	22.994	33.341
Ternos con Falda	10.949	2.956	6.570	9.526
Pantalón	54.747	14.782	32.848	47.630
Vestido	36.498	9.854	21.899	31.753
Blusa	43.797	11.825	26.278	38.103
Falda	16.424	4.434	9.854	14.288

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

La demanda de ternos con pantalón en unidades es de 33.341, ternos con falda 9.526 unidades, pantalón 47.630 unidades, vestido 31.753 unidades, blusa 38.103 unidades, falda 14.288 unidades anuales.

3.10.2 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento de la población femenina de la ciudad de Ibarra que es 2.03% anual de acuerdo al último censo poblacional en el 2010, aplicando la fórmula del monto:

$$D_f = D_i (1 + T_c)^n$$

Donde:

D_f : Demanda final o demanda estimarse.

D_i : Demanda inicial

T_c : tasa de crecimiento

n : número de años (año a estimarse – año base)

Tabla N° 42

Demanda proyectada en unidades

Año	Ternos con Pantalón	Ternos con Falda	Pantalón	Vestido	Blusa	Falda
2017	34.018	9.719	48.597	32.398	38.876	14.578
2018	34.708	9.917	49.583	33.055	39.666	14.874
2019	35.413	10.118	50.590	33.726	40.471	15.176
2020	36.132	10.323	51.617	34.411	41.292	15.484
2021	36.865	10.533	52.665	35.109	42.131	15.798
2022	37.614	10.747	53.734	35.822	42.986	16.119
2023	38.377	10.965	54.825	36.549	43.859	16.446
2024	39.156	11.188	55.938	37.291	44.749	16.780

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta la tasa crecimiento poblacional de mujeres que es del 2.03%. De la demanda actual de ternos con falda para damas que es de 9.526 se multiplica por el factor de $(1 + Tc)^n$ que representa $(1 + 0,0203)^1$ obteniendo la proyección para el año uno que es de 9.719 unidades.

El cuadro número 42 se encuentran las proyecciones de la prendas a comercializarse, se puede observar que en el año 2017 existe una demanda de 9.719 unidades de ternos con falda mientras que para el año 2021 de 10.533 lo que significa un crecimiento de 814 unidades anuales lo que permite ingresar el mercado local.

3.11 Análisis y proyección de la oferta

3.11.1 Análisis de la oferta

De la base de datos otorgada por el municipio de Ibarra se tomó las patentes que se dedicaban exclusivamente a la producción de ropa formal así como también a los sastres.

3.11.2 Oferta actual

Para realizar el cálculo de la oferta actual en unidades se tomó la información de la pregunta número dos de la encuesta aplicada a los productores y comercializadores de ropa formal, obteniendo una frecuencia de 11 en ternos con pantalón posteriormente multiplicamos por el número mayor del rango que es 6 obteniendo las unidades semanales de producción o comercialización, que es de 66 este criterio se aplicó para todos los rangos consecutivamente se procedió a la suma de todos los rangos obteniendo las unidades de las prendas semanales, este razonamiento se empleó para todas las prendas, obteniendo la siguiente información:

Tabla N° 43

Oferta actual en unidades semanal

Ofertantes Principales	Prendas /Unidades Semanal					
	Ternos con pantalón	Ternos con Falda	Pantalón	Vestido	Blusa	Falda
Jhois Sastrería	6	6	6	6	6	6
CCLOY RIVER	6	0	6	0	0	0
Manna From Have	12	12	18	12	12	12
Olizama	12	12	18	12	12	12
Confecciones Lacy	6	6	12	0	12	12
Comerciantes	600	102	900	606	726	246
TOTAL	642	138	960	636	768	288

Elaborado por: La Autora

Se ha podido identificar a cinco productores directos de ropa formal, y a comerciantes que se dedican a la venta de dichas prendas en la ciudad de Ibarra.

De la información obtenida se procede a multiplicar por cuatro semanas para obtener datos mensuales:

Tabla N° 44

Oferta actual en unidades mensuales

Ofertantes Principales	Prendas /Unidades Mensual					
	Ternos con pantalón	Ternos con Falda	Pantalón	Vestido	Blusa	Falda
Jhois Sastrería	24	24	24	24	24	24
CCLOY RIVER	24	0	24	0	0	0
Manna From Have	48	48	72	48	48	48
Olizama	48	48	72	48	48	48
Confecciones Lacy	24	24	48	0	48	48
Competencia	2400	408	3600	2424	2904	984
TOTAL	2568	552	3840	2544	3072	1152

Elaborado por: La Autora

Para obtener datos anuales se procede a multiplicar por los doce meses del año por cada prenda.

Tabla N° 45

Oferta actual en unidades anuales

Productores	Oferta mensual	Frecuencia de producción y comercialización	Oferta anual
Ternos con Pantalón	2.568		30.816
Ternos con Falda	552		6.624
Pantalón	3.840	12	46.080
Vestido	2.544		30.528
Blusa	3.072		36.864
Falda	1.152		13.824

Elaborado por: La Autora

3.11.3 Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento de la industria textil del 1.47% en la ciudad de Ibarra, información obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT.

Tabla N° 46

Proyección de la oferta

Año	Ternos con Pantalón	Ternos con Falda	Pantalón	Vestido	Blusa	Falda
2017	31.269	6.721	46.757	30.977	37.406	14.027
2018	31.729	6.820	47.445	31.432	37.956	14.233
2019	32.195	6.920	48.142	31.894	38.514	14.443
2020	32.668	7.022	48.850	32.363	39.080	14.655
2021	33.149	7.125	49.568	32.839	39.654	14.870
2022	33.636	7.230	50.297	33.321	40.237	15.089
2023	34.130	7.336	51.036	33.811	40.829	15.311
2024	34.632	7.444	51.786	34.308	41.429	15.536

Elaborado por: La Autora

Como se observa para el año 2017 se tendrá una oferta de 31.269 mientras que para el año 2024 la oferta será de 34.632 ternos, podemos ver que existe un incremento no considerable con relación a la demanda.

3.12 Balance oferta demanda

Para poder determinar la potencial demanda a satisfacer se resta la oferta de la demanda obteniendo la demanda insatisfecha.

Tabla N° 47

Demanda potencial a satisfacer de ternos con pantalón

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	34.018	31.269	2.749
2018	34.708	31.729	2.979
2019	35.413	32.195	3.218
2020	36.132	32.668	3.464
2021	36.865	33.149	3.716
2022	37.614	33.636	3.978
2023	38.377	34.130	4.247
2024	39.156	34.632	4.524

Elaborado por: La autora

Tabla N° 48

Demanda potencial a satisfacer de ternos con falda

AÑO	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2017	9.719	6.721	2.998
2018	9.917	6.820	3.097
2019	10.118	6.920	3.198
2020	10.323	7.022	3.301
2021	10.533	7.125	3.408
2022	10.747	7.230	3.517
2023	10.965	7.336	3.629
2024	11.188	7.444	3.744

Elaborado por: La autora

Tabla N° 49
Demanda potencial a satisfacer de pantalón

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	48.597	46.757	1.840
2018	49.583	47.445	2.138
2019	50.590	48.142	2.448
2020	51.617	48.850	2.767
2021	52.665	49.568	3.097
2022	53.734	50.297	3.437
2023	54.825	51.036	3.789
2024	55.938	51.786	4.152

Elaborado por: La autora

Tabla N° 50
Demanda potencial a satisfacer de vestidos

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	32.398	30.977	1.421
2018	33.055	31.432	1.623
2019	33.726	31.894	1.832
2020	34.411	32.363	2.048
2021	35.109	32.839	2.270
2022	35.822	33.321	2.501
2023	36.549	33.811	2.738
2024	37.291	34.308	2.983

Elaborado por: La autora

Tabla N° 51
Demanda potencial a satisfacer de blusas

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	38.876	37.406	1.470
2018	39.666	37.956	1.710
2019	40.471	38.514	1.957
2020	41.292	39.080	2.212
2021	42.131	39.654	2.477
2022	42.986	40.237	2.749
2023	43.859	40.829	3.030
2024	44.749	41.429	3.320

Elaborado por: La autora

Tabla N° 52

Demanda potencial a satisfacer de faldas

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	14.578	14.027	551
2018	14.874	14.233	641
2019	15.176	14.443	733
2020	15.484	14.655	829
2021	15.798	14.870	928
2026	14.578	15.996	551
2022	16.119	15.089	1.030
2023	16.446	15.311	1.135
2024	16.780	15.536	1.244

Elaborado por: La autora

Como podemos ver existe una demanda insatisfecha de 551 unidades lo que existe la pauta para ingresar al mercado.

3.12.1 Demanda potencial a satisfacer

Se puede verificar en el cuadro 48 de ternos con falda existe una demanda insatisfecha de 2.998 lo que marca la pauta para ingresar al mercado con este producto, sin embargo con la capacidad productiva del proyecto se considerará un 90% de producción en toda la ropa formal.

3.13 Análisis de los precios

Es necesario establecer los precios en esta parte del estudio, para el efecto se tomarán los precios de acuerdo a la oferta existente en el mercado, la cual manifiesta que el precio de cada prenda varía de acuerdo al modelo y textura. Es por esta razón que los precios para cada producto se establecieron teniendo en cuenta la preferencia de las texturas de la pregunta 7 seleccionando las de mayor aceptación por parte de las demandantes.

Tabla N° 53

Precios de mercado

Prendas	Texturas	Precio año 0
Ternos con falda	Gabardina y Micro strech	\$ 60,00
	Seda y Tafeta	\$ 59,00
Ternos con pantalón	Gabardina y Micro strech	\$ 62,00
	Seda y Tafeta	\$ 64,00
Pantalón	Micro strech Sofía	\$ 26,00
	Tafeta	\$ 26,00
Vestido	Micro strech Sofía	\$ 30,00
	Chiffon	\$ 28,00
	Randa	\$ 31,00
Blusa	Seda	\$ 26,00
	Dacrón	\$ 24,00
Falda	Micro strech Sofía	\$ 25,00
	Crepe lip	\$ 24,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La Autora

3.13.1 Proyección de los precios

Para establecer el precio del producto se ha tomado en cuenta el precio de mercado de tres puntos de venta, obteniendo un importe promedio el cual será implantado a las prendas. Para la proyección se ha tomado en cuenta la tasa de inflación promedio que es del 3,01% como se detalla a continuación.

Tabla N° 54

Tasa promedio de inflación de los precios

AÑO	% Inflación
2012	4,16
2013	2,7
2014	3,67
2015	3,38
2016	1,12
Total	15,03
Promedio	0,0301

Tabla N° 55

Precios de mercado

Prendas	Texturas	Precio Año 0	Tasa de Inflación	Inflación	Años Proyectados							
					Precio Año 1	Precio Año 2	Precio Año 3	Precio Año 4	Precio Año 5	Precio Año 6	Precio Año 7	Precio Año 8
Ternos con falda	Gabardina y Micro stretch	\$ 60,00		\$ 2,00	\$ 62,00	\$ 64,00	\$ 66,00	\$ 68,00	\$ 70,00	\$ 72,00	\$ 74,00	\$ 76,00
	Seda y Tafeta	\$ 59,00		\$ 2,00	\$ 61,00	\$ 63,00	\$ 65,00	\$ 67,00	\$ 69,00	\$ 71,00	\$ 73,00	\$ 75,00
Ternos con pantalón	Gabardina y Micro stretch	\$ 62,00		\$ 2,00	\$ 64,00	\$ 66,00	\$ 68,00	\$ 70,00	\$ 72,00	\$ 74,00	\$ 76,00	\$ 78,00
	Seda y Tafeta	\$ 64,00		\$ 2,00	\$ 66,00	\$ 68,00	\$ 70,00	\$ 72,00	\$ 74,00	\$ 76,00	\$ 78,00	\$ 80,00
Pantalón	Micro stretch sofía	\$ 26,00	3,01%	\$ 1,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 32,00	\$ 33,00	\$ 34,00
	Tafeta	\$ 26,00		\$ 1,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 32,00	\$ 33,00	\$ 34,00
Vestido	Micro stretch sofía	\$ 30,00		\$ 1,00	\$ 31,00	\$ 32,00	\$ 33,00	\$ 34,00	\$ 35,00	\$ 36,00	\$ 37,00	\$ 38,00
	Chiffon	\$ 28,00		\$ 1,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 32,00	\$ 33,00	\$ 34,00	\$ 35,00	\$ 36,00
	Randa	\$ 31,00		\$ 1,00	\$ 32,00	\$ 33,00	\$ 34,00	\$ 35,00	\$ 36,00	\$ 37,00	\$ 38,00	\$ 39,00
Blusa	Seda	\$ 26,00		\$ 1,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 32,00	\$ 33,00	\$ 34,00
	Dacrón	\$ 24,00		\$ 1,00	\$ 25,00	\$ 26,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 32,00
Falda	Micro stretch sofía	\$ 25,00		\$ 1,00	\$ 26,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 32,00	\$ 33,00
	Crepelip	\$ 24,00		\$ 1,00	\$ 25,00	\$ 26,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 32,00

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: La Autora

Cabe mencionar que el precio varía de acuerdo a la textura de la tela y el modelo que prefiera el cliente.

3.14 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Es necesario conocer las estrategias que se efectuarán para dar a conocer el producto en el mercado, ya que de ellas depende la comercialización de las prendas de vestir, en la zona en que se implementará la empresa. Para ello haremos un estudio de las siguientes variables: producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

3.14.1 Producto

Este producto es flexible ya que se puede adaptar a diferentes diseños. Lo relevante en un producto es la marca, la calidad de los materiales con la que está fabricado y el diseño que marque la personalidad de cada individuo, diferenciándose de los demás. Los diseños de los productos deben ser variados y en diferentes colores y tallas de acuerdo a la moda actual para poder satisfacer al mercado meta que se ha fijado este proyecto.

La línea de lanzamiento que producirá la empresa será la siguiente:

Terno con falda o vestido

Este producto está constituido por dos prendas como chaqueta y falda o vestido, que será fabricado en texturas como gabardina para la chaqueta y micro stretch Sofía para la falda o vestido, en seda y tafetá es otra opción. La fabricación se realizará en colores claros y oscuros para mujeres discretas a la hora de vestir.



Ilustración 1 Terno con Falda

Terno con pantalón

Es un vestuario que está compuesto por dos prendas: la chaqueta y el pantalón, será fabricado en texturas como gabardina y micro stretch Sofía, de acuerdo a la preferencia de los potenciales consumidores.



Ilustración 2 Terno con pantalón



Ilustración 3 Terno con pantalón

Blusa

Es una prenda complementaria ya que no se puede usar sola, necesita de otra para su uso, dicha prenda será fabricada en texturas como seda y dacrón en diferentes modelos y colores.



Ilustración 4 Blusa

Pantalón

El pantalón que oferta la empresa es en texturas tafetá y micro stretch Sofía, bota recta porta dos bolsillos a los costados, con pretina ancha o delgada, esta prenda puede ser usada con blusas y chaquetas, para lucir en reuniones y compromisos sociales.



Ilustración 5 Pantalones

Falda

Esta prenda se confeccionará en texturas como micro stretch y crepe lip, estampadas o llanas, es una prenda elegante para las mujeres.



Ilustración 6 Faldas

Vestidos

Este producto será fabricado en texturas de Chiffón, micro stretch Sofía y Randa en una variedad de colores, tallas acorde a la moda actual. Para la confección se tomará en cuenta la calidad de la tela y acabados de las prendas.



Ilustración 7 Vestidos

3.14.2 Precio

El precio será fijado de acuerdo a la competencia, este es de vital importancia ya que de él depende que la empresa obtenga rentabilidad.

Se establecerán los precios de acuerdo a la competencia para poder acoger clientes sin dejar a un lado los costos de producción.

Otra opción es la de ofertar un precio menor por la adquisición en volumen de un determinado producto, en caso de ser mayorista.

3.14.3 Plaza o Distribución

La cadena de comercialización del producto es corta, del PRODUCTOR-CONSUMIDOR debido a que así los prefieren las demandantes del producto información que se pudo recolectar de las encuestas aplicadas a los fabricantes de ropa formal en la ciudad de Ibarra.

Esto es debido a que los fabricantes confeccionan la ropa de manera personalizada, en otros casos son realizados para la venta y los exponen en su local, evitando a los comerciantes minoristas.

3.14.4 Promoción

La promoción se realizará obsequiando en ocasiones especiales un pañuelo, debido a que el 43% de la población encuestada prefiere este tipo de prendas como complemento a la adquisición, este debe ser en colores variados que combinen con las prendas compradas.

Otra opción es la de ofertar diademas o turbantes ya que estos accesorios son utilizados por las mujeres y el producto que comercializa la empresa está orientado hacia ellas.

Un incentivo para que el cliente se sienta atraído es la realización de rifas, obsequiando un ticket a quien adquiera productos por una cifra superior a los 30 dólares que serán sorteados en épocas o fechas especiales.

3.14.5 Publicidad

La empresa realizará volantes para dar a conocer a las consumidoras el producto, estos serán repartidos en las principales calles de la ciudad, se obsequiará un pañuelo por la compra del producto, en fechas importantes.

Otra estrategia a implementarse para darnos a conocer es la de crear una página web y difundirla en las redes sociales, debido a que en la actualidad la mayoría de las personas optan por navegar en el mundo virtual.

Conclusiones del estudio de mercado

Mediante el estudio de mercado se evidenció que de la base de datos proporcionada por el Municipio de Ibarra, acerca de las patentes en su mayoría se dedican al arreglo de prendas de vestir o a su vez a la confección de ropa deportiva, dando oportunidad a implementar el proyecto en la ciudad, ya que se cuenta con pocos lugares de confección personalizada y arreglo de prendas de vestir en un mismo lugar.

Luego de haber aplicado las encuestas a los consumidores se identificó el producto y texturas que prefieren los potenciales clientes, dato que se utilizó para calcular la demanda futura, con la información recolectada de las encuestas aplicadas a los

productores, se proyectó la oferta para los próximos ocho años, que se ha fijado como vida útil del proyecto.

Los consumidores desean conocer un lugar donde se ofrezcan productos de excelente calidad a buenos precios y además brinden el servicio de arreglo de prendas de vestir de acuerdo al gusto y preferencia del consumidor.

Por todo lo expuesto, se puede establecer que desde el aspecto del estudio de mercado, el proyecto es viable.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Presentación

Después de haber establecido que existe demanda insatisfecha, es indispensable conocer la localización del proyecto, descripción de procesos, aspectos técnicos, capacidad de la maquinaria y la cantidad de recurso humano a emplearse en el proyecto, entre otros.

4.2 Objetivo general

Realizar un estudio técnico mediante análisis de proyecciones para determinar el tamaño, localización, micro localización, materia prima, ubicación y proceso productivo necesario para la puesta en marcha del proyecto.

4.2.1Objetivos específicos

- Seleccionar el lugar idóneo para la implementación del proyecto.
- Definir el tamaño adecuado para el proyecto.
- Establecer un diseño apto para la fabricación de prendas de vestir.
- Construir un proceso productivo de las prendas a confeccionar.
- Establecer la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

4.3 Localización del proyecto

Es analizar diferentes lugares en donde se pueda establecer la empresa, con la finalidad de conocer el lugar idóneo para su ubicación, y así optimizar costos y obtener la máxima rentabilidad para la empresa.

4.3.1 Macro localización

Es elegir la zona perfecta para la ubicación de la empresa de producción y comercialización de ropa formal para mujeres, evaluando aspectos que ofrezcan mejores condiciones con lo que respecta a: ubicación hacia los consumidores, proximidad a la adquisición de materia prima, vías de acceso, situaciones climáticas y de suelo.

Tomando en cuenta los puntos de vista anteriormente mencionados la empresa se ubicará en la Provincia de Imbabura, en la ciudad de Ibarra, como lo muestra en la siguiente ilustración.

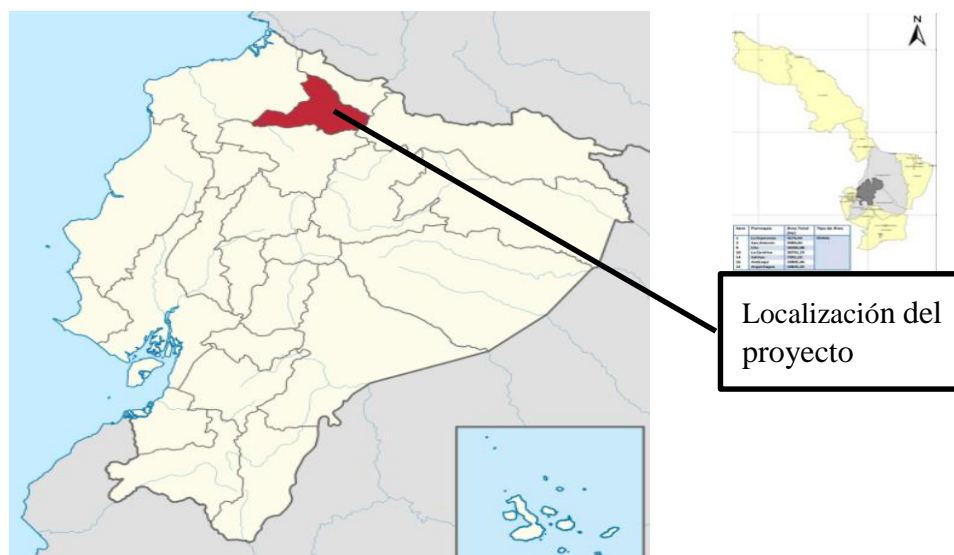


Ilustración 8 Mapa de la provincia de Imbabura

Fuente: <https://es.wikipedia.org> y <http://app.sni.gob.ec>
 Elaborado por: La autora

4.3.2 Micro localización

Tiene como finalidad elegir el lugar exacto para la creación de la empresa teniendo en cuenta factores como: disponibilidad de talento humano calificado, acceso a servicios básicos, costo de transporte e insumos, ubicación de la competencia.

La micro localización de la planta se la realizará en la parroquia de San Antonio en la Ciudadela Gustavo Pareja, en las calles Pompillo Mideros y Brasil debido a que se cuenta con el terreno para la implantación de la fábrica.

Micro localización

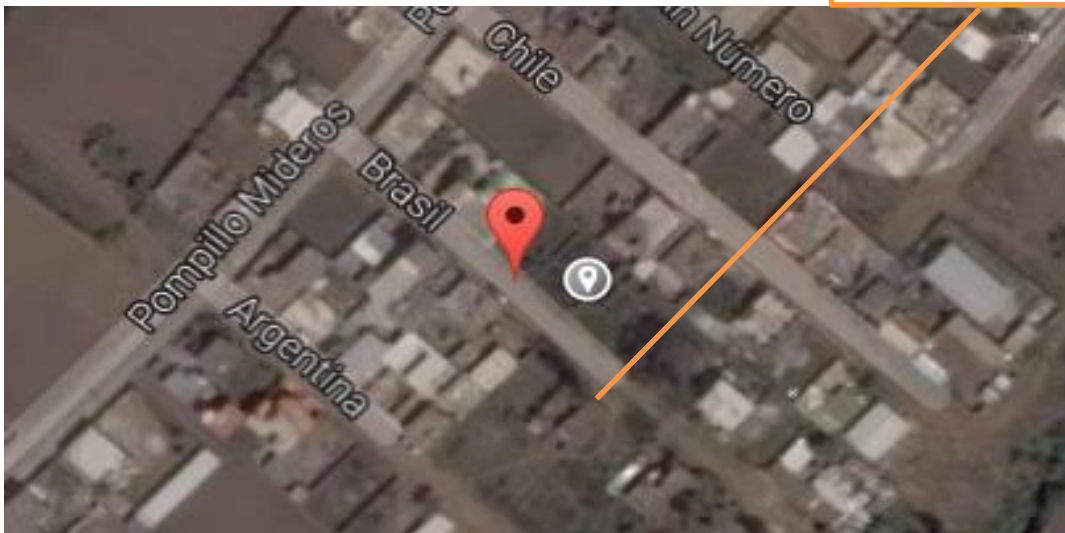


Ilustración 9 Ubicación de la planta

Fuente: Google Maps

Elaborado por: La autora

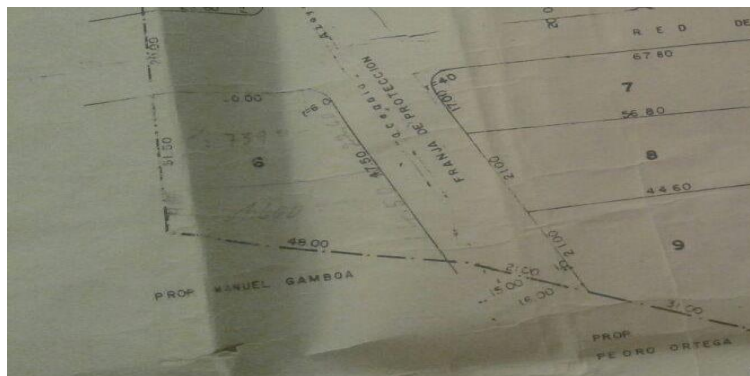


Ilustración 10 Plano de la localización de la planta

Fuente: Escritura

Elaborado por: La autora

La construcción de la obra civil se realizará en el lote número 6 encontrándose a 100 metros por la calle principal Pompillo Mideros que llega a San Antonio de Ibarra encontrándose la vía en buenas condiciones lo cual facilita el acceso.

4.3.2.1 Localización de la comercialización del producto

Para establecer la micro localización del sitio de comercialización del producto se realizará por el método de puntos ponderados.

Para la aplicación del método se identificarán los posibles lugares donde se ubicará la comercialización del producto con la finalidad de determinar el lugar más idóneo para la exposición de las prendas, asignando un peso para cada elemento de 1 a 10 según su importancia a continuación se multiplicará el peso por cada factor así se obtendrá la ubicación adecuada.

Tabla N° 56

Micro localización por el método cualitativo por puntos

Factores	Peso Relativo	Alternativas					
		Av. Fray-vacas Galindo		Euro Shopping		Calle Bolívar	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
		n	n	n	n	n	n
Acceso a vías públicas	0,25	8,00	2,00	8,00	2,00	9,00	2,25
Competencia	0,35	9,00	3,15	10,00	3,5	8,00	2,8
Infraestructura	0,1	7,00	0,7	8,00	0,8	6,00	0,6
Costo del arriendo	0,1	6,00	0,6	7,00	0,7	8,00	0,8
Cercanía de mercado.	0,2	9,00	1,8	9,00	1,8	9,00	1,8
Total	1.0		8,25		8,8		8,25

Elaborado por: La autora

El lugar más apto para la comercialización del producto es el centro comercial EURO debido a la gran afluencia de personas que transitan por el lugar y la infraestructura es apta para la comercialización del producto.

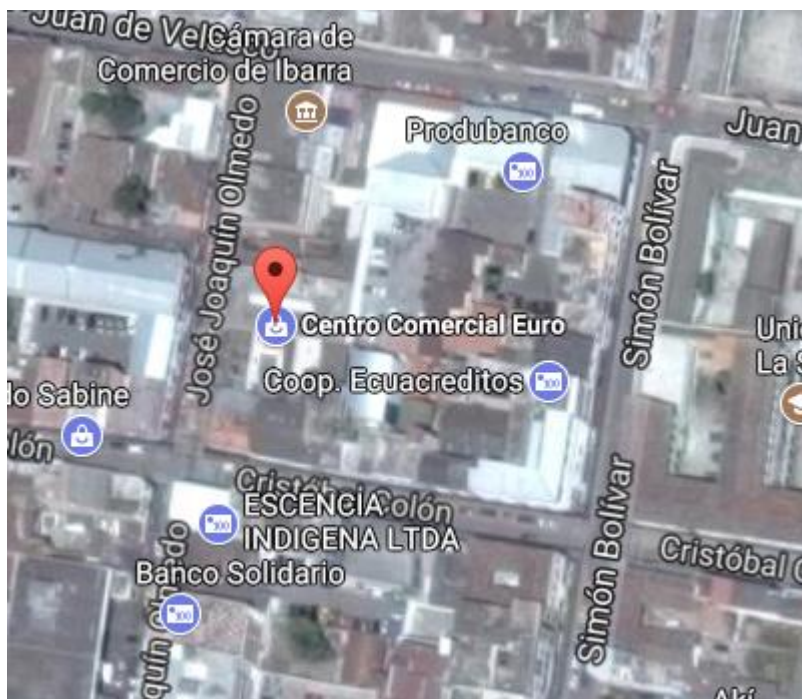


Ilustración 11 Ubicación del punto de venta

Fuente: Google Maps

Elaborado por: La autora

4.4 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es la capacidad instalada para cubrir la cantidad de demanda en un periodo de tiempo teniendo en cuenta el monto de la inversión y costos que se puedan generar, la tecnología y la organización de la empresa así como también de los recursos propios y financiados que se obtengan de instituciones financieras.

4.4.1 Factores determinantes del tamaño del proyecto

➤ Disponibilidad de recursos financieros

El proyecto contará con capital propio, sin embargo no son suficientes por lo que se requiere de recursos de instituciones financieras, más específicamente se cuenta con la línea de crédito para micro empresarios que otorga el Banco Internacional a una tasa de interés del 11,83% anual.

➤ **Materia prima e insumos**

La materia prima e insumos con la que contará el proyecto se encuentra en la ciudad por lo que no hay mayores inconvenientes a la hora de adquirirlos

Tabla N° 57

Principales proveedores

PROVEEDORES	PRODUCTO/ TELA	DIRECCIÓN
Mercantil Garzón	Dacrón Micro stretch Sofía Tafeta Seda	José Joaquín de Olmedo
El Globo	Gabardina Gabardina stretch Crepe lip Randa Chiffon	Bolívar y Miguel Oviedo esquina.

➤ **Disponibilidad de tecnología e insumo**

Según la capacidad instalada y el volumen de productos a fabricar la empresa deberá contar con los siguientes materiales y maquinaria para cumplir con la meta planteada.

Tabla N° 58

Maquinaria e insumos para el proyecto

Cantidad	Detalle
3	Maquina industrial de costura recta
1	Maquina industrial Overlock
1	Maquina industrial Recubridora
1	Maquina cortadora
2	Juegos de reglas
2	Planchas
2	Mesas de corte
1	Mesa para planchar
2	Tijeras
3	Cinta Métrica

Elaborado por: La autora

La tecnología e insumos fueron cotizados en dos diferentes lugares las cuales manifestaron tener los repuestos y proveer con mantenimientos a la maquinaria adquirida en el lugar de compra. Los insumos serán adquiridos en diferentes lugares tal como se muestra a continuación en la siguiente tabla.

Tabla N° 59

Empresas proveedoras de tecnología

Proveedor	Tecnología e insumos	Dirección
MAINCO	Maquinaria	Obispo Mosquera y Bartolomé García
SERVIMAQ	Maquinaria	Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo
Almacén ASTRA	Insumos	Sánchez y Cifuentes 9-43 y Oviedo

Elaborado por: La autora

➤ **Talento Humano**

Es el segmento más importante para poner en funcionamiento el proyecto, contando con talento humano calificado y comprometido con sus labores. El talento humano a emplearse será para el área administrativa de producción, comercialización y servicios necesaria para poder cubrir la demanda, los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

Tabla N° 60

Talento humano requerido

# De trabajadores	Cargo	Remuneración
1	Administrador	\$ 391,69
1	Contador	\$ 382,65
1	Diseñador	\$ 376,64
5	Operarios	\$ 375,92
1	Vendedor	\$ 384,59

Elaborado por: La autora

4.5 Capacidad Instalada

Para conocer la cantidad de los productos que se fabricarán en el proyecto se tomará como referencia los tiempos que emplea la señora Rosa Iles en la confeccionar de prendas.

Chaqueta

La chaqueta tiene un tiempo promedio de 9 horas de confección, el procedimiento es el siguiente con su respectivo tiempo.

Chaqueta			Forro	
Toma de medidas	25	Min		
Trazado	45	min.	Trazado	37 min
Cortado	20	min.	Cortado	25 min
Hilvanado	30	min.	Hilvanado	min
1° Prueba	20	min.	1° Prueba	
Rectificación	20	min.	Rectificación	Min.
2° Prueba	10	min.	2° Prueba	
Costura	180	min.	Costura	45 Min.
Ojales	15	min.	Ojales	
Botones	10	min.	Botones	
Planchado	30	min.	Planchado	Min.
Total	405		Total	Min.
Forro	107			
Total	512	Min		

En los 512/60 minutos que tiene una hora se obtiene 8,53 es decir 8horas y 32 min, que es el tiempo estimado en confeccionar la chaqueta para damas.

Pantalón

El Pantalón tiene un tiempo de confección de 4horas y 50 minutos detallados de la siguiente manera:

Toma de medidas	15	Min.
Trazado	45	min.
Cortado	30	min.
Hilvanado	15	min.
1° Prueba	10	min.
Rectificación	10	min.
Hilvanado	15	min.
Costura	90	min.
Ojales	10	min.
Botones	5	min.
Planchado	30	min.
Doblado	13	min.
Total	288	Min

Teniendo en cuenta el tiempo estimado para la producción del pantalón, las 8H laborables se estima una producción semanal es de 8 pantalones.

Ternos con Pantalón

El terno con pantalón tiene un tiempo 800 minutos es decir 13H y 20 Min, por lo que se aprecia tendrá una producción de 3 ternos semanales.

Falda

Tiene un tiempo promedio de 3 horas y 45 minutos en su elaboración que se encuentran detallados de la siguiente manera:

	Tela		Forro	
Toma de medidas	10			
Trazado	25	min.	Trazado	25 Min
Cortado	20	min.	Cortado	10 Min
Hilvanado	5	min.	Hilvanado	Min
1° Prueba	10	min.	1° Prueba	
Rectificación	10	min.	Rectificación	12 Min
Hilvanado	5	min.	Hilvanado	Min
Costura	30	min.	Costura	
Ojales	5	min.	Ojales	
Botones	5	min.	Botones	
Planchado	30	min.	Planchado	
Doblado	15		Total	47 Min.
Total	170			
Forro	47			
Total	217	Min		

La elaboración semanal será de 11 faldas en condiciones normales de producción.

Ternos con Falda

La producción de los ternos con falda tiene un tiempo 13 horas y 25 minutos, en condiciones normales de producción se confeccionará 3 ternos en la semana.

Blusa

La producción de la blusa tiene un tiempo de 2 horas que se encuentran detallado de la siguiente forma:

Toma de medidas	5 Min.
Trazado	15 Min.
Cortado	15 Min.
Hilvanado	30 Min.
Costura	30 Min.
Sierre	10 Min.
Planchado	13 Min.
Total	118 Min.

En condiciones normales de producción se confeccionará 20 blusas semanales.

Vestido

Tiene un tiempo de 5 horas y 6 minutos que se encuentra detallado a continuación:

Toma de medidas	15 Min.
Trazado	30 Min.
Cortado	25 Min.
Hilvanado	10 Min.
1° Prueba	15 Min.
Rectificación	15 Min.
Hilvanado	10 Min.
Costura	60 Min.
Sierre	5 Min.
Planchado	25 Min.
Doblado	10 Min.
Total	220 Min.
Forro	86 Min.
Total	306 Min.

La producción de los vestidos será de 8 a la semana.

Tabla N° 61

Resumen de la capacidad de producción

Descripción	Semanal	Mensual	Anual	Operarios	Total Anual
Ternos con Pantalón	3	12	144	2	288
Ternos con Falda o Vestido	3	12	144	2	288
Pantalón	8	32	384	2	768
Blusas	20	80	960	2	1920
Faldas	11	44	528	2	1056
Vestido	8	32	384	2	1152

Fuente: Sra. Rosa Iles
Elaborado por: La autora

La capacidad de producción de la empresa será del 90% considerando la maquinaria y el talento humano a emplearse, se ha tomado un 9,42% de la demanda insatisfecha de ternos con pantalón y ternos con falda un 8,64%, 37,56% de pantalón, 100% de blusas, 100% de faldas tomada, y un 72,99% de vestidos. Para el primer año la producción será de 3.921 unidades. Tomando cuenta la preferencia de los consumidores en la encuesta realizada.

Tabla N° 62

Producción anual

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ternos con Pantalón	259	264	269	274	280	286	292	298
Ternos con Falda	259	264	269	274	280	286	292	298
Pantalón	691	705	719	734	749	764	780	796
Vestido	1.471	1.500	1.530	1.561	1.593	1.625	1.658	1.692
Blusas	551	562	573	585	597	609	621	634
Faldas	1.037	1.058	1.079	1.101	1.123	1.146	1.169	1.193

Fuente: Cuadro N°57
Elaborado por: La autora

4.6 Distribución de la fábrica

La planta dispondrá de áreas administrativa, producción, bodega, servicios sanitarios, necesarios para la puesta en marcha del proyecto, como se muestra en el cuadro siguiente.

4.6.1 Diseño de las instalaciones de la fábrica

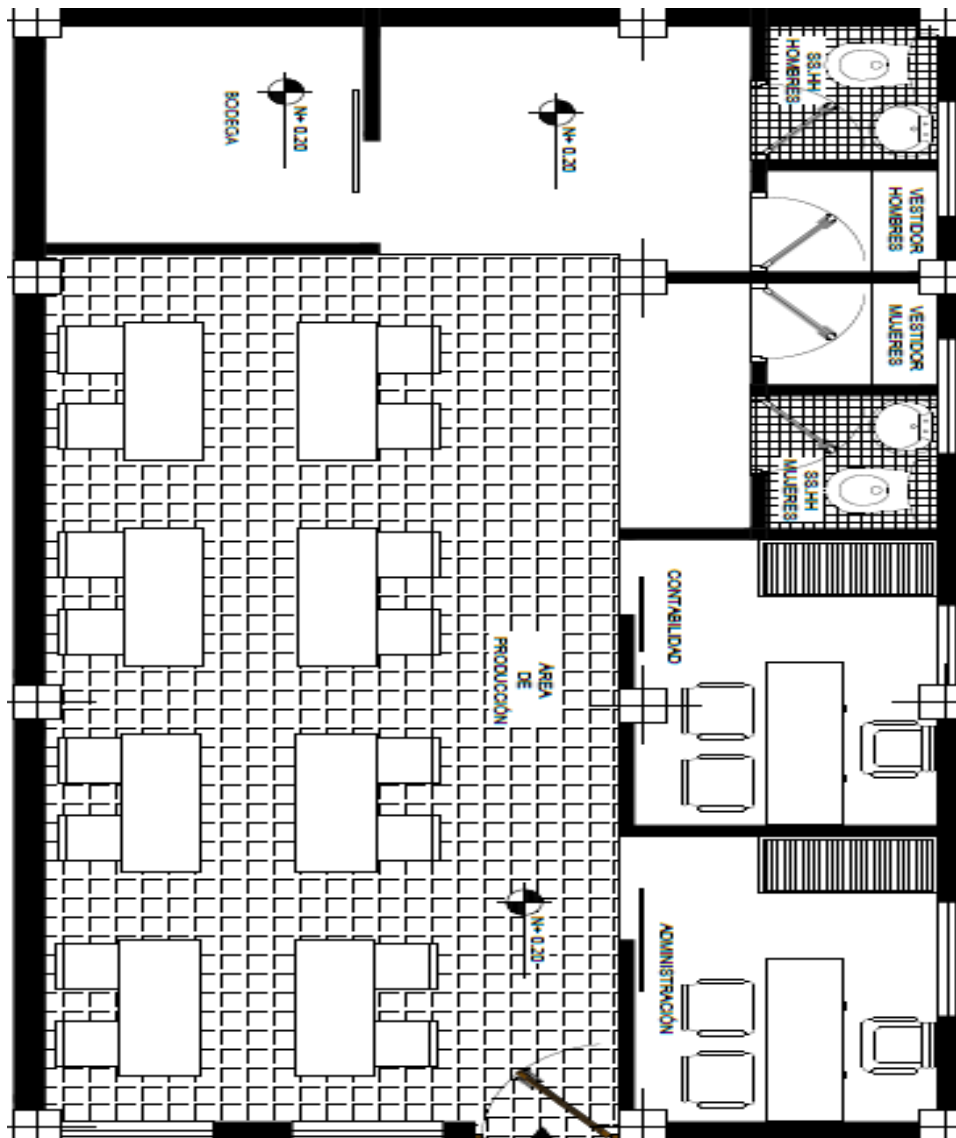


Gráfico N 36 Distribución de la planta

Elaborado por: Arq. Nina Tapia

Tabla N° 63
Distribución de la fábrica

Área	Metros cuadrados m ²
Administrativa	4,68 m ²
Contabilidad	4,64 m ²
Baños	2,60 m ²
Vestidores	2,00 m ²
Bodega	3,88 m ²
Producción	27,46 m ²
Planchado	4,74 m ²

Fuente: Gráfico N 37
Elaborado por: La autora

4.6.2 Diseño del punto de venta

El punto de venta de la empresa estará ubicado en la calle José Joaquín de Olmedo el cual tiene 18 metros cuadrados que estarán distribuidos de la siguiente manera.

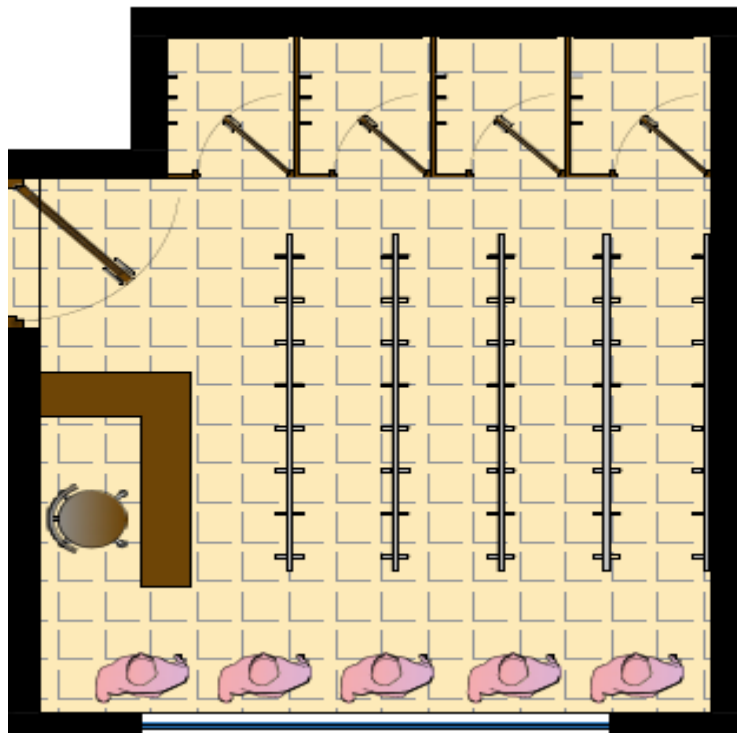


Gráfico N 37 Distribución de la planta

Elaborado por: Arq. Nina Tapia

4.7 Diseño del proceso productivo de cada una de las prendas

Con el fin de ilustrar el proceso productivo de las prendas se realizará un diagrama que a continuación se detalla.






Descripción	Simbología					Tiempo en minutos
						
	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenaje	
Compra de materia prima	●					
Elección de la tela	●					5
Requisición de tela a bodega	●					5
Toma de medidas	●					20
Paso a la mesa trazo			●			1
Trazado del modelo en la tela y forro	●					80
Cortado de la tela	●					40
Hilvanado	●					30
Paso a la prueba de la prenda			●			20
Paso a la rectificación de la prenda en la tela y forro en la mesa de corte	●		●			20
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina Overlok	●					60
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Cosido por la máquina de costura recta y pegado de etiquetas	●					100
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina Recubridora	●					65
Paso a pegar los acabados						1
Ojales	●					15
Pegada de botones	●					10
Transporte a la mesa de planchado			●			1
Planchado	●					25
Inspección de calidad		●				1
Empaque	●					5
Ingreso a bodega pasando por contabilidad para ingresar a inventarios			●		●	5
Total						512

Gráfico N 38 Diagrama de producción de chaqueta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora






Descripción	Simbología					Tiempo en minutos
						
	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenaje	
Compra de materia prima	●					
Elección de la tela	●					5
Requisición de tela a bodega y llenado de hoja de pedido de materiales	●					10
Toma de medidas	●					15
Paso a la mesa trazo			●			1
Trazado del modelo en la tela o aplique de patrones	●					45
Cortado de la tela	●					20
Hilvanado	●					12
Paso a la prueba de la prenda			●			15
Paso a la rectificación de la prenda en la tela en la mesa de corte	●		●			15
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina Overlok	●					20
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Cosido por la máquina de costura recta y pegado de etiquetas	●					50
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina Recubridora	●					25
Paso a pegar los acabados			●			1
Se realizan ojales	●					7
Pegada de botones	●					5
Transporte a la mesa de planchado			●			1
Planchado	●					20
Inspección de calidad		●				2
Doblado y empaque de la prenda	●					10
Ingreso a bodega pasando por contabilidad para ingresar a inventarios		●	●		●	6
Total						288

Gráfico N 39 Diagrama de producción de Pantalón

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora






Descripción	Simbología					Tiempo en minutos
						
	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenaje	
Compra de materia prima	●					
Elección de la tela	●					5
Requisición de tela a bodega	●					5
Toma de medidas	●					7
Paso a la mesa trazo			●			1
Trazado del modelo en la tela y forro	●					40
Cortado de la tela	●					15
Hilvanado	●					7
Paso a la prueba de la prenda			●			15
Paso a la rectificación de la prenda en la tela y forro en la mesa de corte	●		●			10
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina Overlok	●					20
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Cosido por la máquina de costura recta y pegado de etiquetas	●					45
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Realización de Ojales	●					5
Paso a pegado de botón	●					7
Transporte a la mesa de planchado			●			1
Planchado	●					20
Inspección de calidad		●				1
Empaque	●					5
Ingreso a bodega pasando por contabilidad para ingresar a inventarios		●	●		●	5
Total						217

Gráfico N 40 Diagrama de producción de falda

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora






Descripción	Simbología					Tiempo en minutos
						
	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenaje	
Compra de materia prima	●					
Elección de la tela	●					5
Requisición de tela a bodega	●					5
Toma de medidas	●					10
Paso a la mesa trazo			●			1
Trazado del modelo en la tela	●					10
Cortado de la tela	●					8
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina Overlok	●					15
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Cosido por la máquina de costura recta y pegado de etiquetas	●					25
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Pegada de sierre	●					10
Transporte a la mesa y planchado de la prenda	●		●			15
Inspección de calidad		●				1
Empaque	●					5
Ingreso a bodega pasando por contabilidad para ingresar a inventarios		●	●		●	5
Total						118

Gráfico N 41 Diagrama de producción de blusa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora






Descripción	Simbología					Tiempo en minutos
						
	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenaje	
Compra de materia prima	●					
Elección de la tela	●					5
Requisición de tela a bodega	●					5
Toma de medidas	●					15
Paso a la mesa trazo			●			1
Trazado del modelo en la tela y forro	●					50
Cortado de la tela	●					20
Hilvanado	●					10
Paso a la prueba de la prenda			●			15
Paso a la rectificación de la prenda en la tela y forro en la mesa de corte	●		●			10
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina Overlok	●					45
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Cosido por la máquina de costura recta y pegado de etiquetas	●					60
Transporte de la prenda a la máquina			●			1
Paso por la máquina recubridora	●		●			25
Paso a pegado de sierre	●					10
Transporte a la mesa de planchado			●			1
Planchado	●					20
Inspección de calidad		●				1
Empaque	●					5
Ingreso a bodega pasando por contabilidad para ingresar a inventarios		●	●		●	5
Total						306

Gráfico N 42 Diagrama de producción de vestido

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

4.8 Inversión fija

4.8.1 Terreno

El proyecto cuenta con el terreno ubicado en la parroquia de San Antonio de 200 metros el cual tiene un costo de 60\$ m² en el que se edificará la empresa.

Tabla N° 64

Valor del terreno

Descripción	Área en m ²	Valor del m ²	Valor Total
Terreno	60 m ²	\$ 60, 00	\$ 3.600

Elaborado por: La autora

4.8.2 Obra civil

La construcción de la planta del proyecto tendrá un costo de 250 dólares el metro cuadrado la edificación se realizará con bloque lo que amenora el costo de la obra.

Tabla N° 65

Obras civiles

Distribución en Áreas	Metros cuadrados	Valor del m ²	Valor de la inversión
Administrativa	4,68	\$ 250,00	\$ 1.170,00
Contabilidad	4,64	\$ 250,00	\$ 1.160,00
Baños	2,60	\$ 250,00	\$ 650,00
Vestidores	2,00	\$ 250,00	\$ 500,00
Bodega	3,88	\$ 250,00	\$ 970,00
Producción	27,46	\$ 250,00	\$ 6.865,00
Planchado	4,74	\$ 250,00	\$ 1.185,00
Total			\$ 12.500,00

Fuente: Arq. Liseth paredes

Elaborado por: La autora

4.8.3 Maquinaria

La maquinaria con la que dispondrá el proyecto se encuentra en la ciudad la ofertan las empresas de MAINCO y SERVIMAQ, la empresa que oferta el mejor precio y facilidades de pago es MAINCO, los precios incluyen el impuesto al valor agregado IVA, la maquina cortadora será adquirida a la empresa SERVIMAQ por su precio.

Tabla N° 66

Disponibilidad de maquinaria

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Industrial recta Marca Gensy	3,00	\$ 420,00	\$ 1.260,00
Industrial Overlock Marca Gensy Modelo Gem700-04	1,00	\$ 690,00	\$ 690,00
Industrial Recubridora Marca Hoseki	1,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Industrial Cortadora Jack	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Plancha a vapor	2,00	\$ 125,00	\$ 250,00
TOTAL			\$ 3.600,00

Fuente: Proveedores

Elaborado por: La autora

4.8.4 Muebles y enseres

La empresa requerirá de los siguientes muebles y enseres para el correcto funcionamiento y atención al cliente.

Tabla N° 67

Mobiliarios y enseres

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Área Administrativa			
Escritorios	3,00	\$ 130,00	\$ 390,00
Archivadores	2,00	\$ 180,00	\$ 360,00
Sillas	2,00	\$ 30,00	\$ 60,00
Silla Giratoria	1,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Área de Producción			
Mesas de corte	2,00	\$ 120,00	\$ 240,00

Mesa de planchado	1,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Sillas	6,00	\$ 30,00	\$ 180,00
Estantería para insumos y materiales	1,00	\$ 45,00	\$ 45,00
Perchero	1,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Total			\$ 1.485,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Los muebles y enseres se obtendrá de talleres Dávila ya que ofrece descuento en la compra al por mayor.

4.8.5 Equipo de computación

El equipo de computación necesario para el funcionamiento de las actividades administrativas y de ventas, indispensables para la puesta en marcha del proyecto es de dos ordenadores y una impresora las cuales se detallan a continuación.

Tabla N° 68

Equipo de computación

Descripción	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Computador todo en uno	HP AIO	2,00	\$ 628,07	\$ 1.256,14
Impresora multifunciones	Epson L375	1,00	\$ 299,12	\$ 299,12
Total				\$ 1.555,26

Fuente: Proforma

Elaborado por: La autora

Tabla N° 69

Inversión fija

Detalle	Valor
Terreno	\$ 3.600,00
Obra Civil	\$ 12.500,00
Maquinaria	\$ 3.600,00
Muebles y enseres	\$ 1.485,00
Equipo de computación	\$ 1.555,26
Total	\$ 22.740,26

Elaborado por: La autora

4.9 Costos y Gastos**4.9.1 Costos de producción**

Los costos de producción son necesarios para obtener las prendas terminadas listas para la venta, estos pueden ser directos o indirectos

4.9.1.1 Materia Prima

La materia prima para el proyecto son las telas las cuales se detallan a continuación con el precio en metros.

Tabla N° 70

Precios de la materia prima

Texturas	Precios del metro de tela
Gabardina	\$ 17,00
Micro stretch Sofía	\$ 10,00
Tafetá	\$ 8,00
Chiffón	\$ 7,50
Randa	\$ 17,00
Seda	\$ 5,00
Dacrón	\$ 3,00
Crepelip	\$ 8,00

Fuente: Proveedores del Cuadro N° 57

Elaborado por: La autora

Tabla N° 71

Materia prima necesaria

Prendas	Texturas	Cant.	Año 1	
			Precio	Sub Total
Ternos con falda	Gabardina	130,00	\$ 26,27	\$ 3.414,65
	Micro strech	130,00	\$ 12,88	\$ 1.673,85
	Seda	130,00	\$ 7,73	\$ 1.004,31
	Tafeta	130,00	\$ 10,30	\$ 1.339,08
Ternos con Pantalón	Gabardina	130,00	\$ 26,27	\$ 3.414,65
	Micro strech	130,00	\$ 12,88	\$ 1.673,85
	Seda	130,00	\$ 7,73	\$ 1.004,31
	Tafeta	130,00	\$ 10,30	\$ 1.339,08
Pantalón	Micro strech	346,00	\$ 12,88	\$ 4.455,01
	Tafeta	346,00	\$ 10,30	\$ 3.564,01
Vestido	Micro strech	346,00	\$ 15,45	\$ 5.346,01
	Chiffón	346,00	\$ 11,59	\$ 4.009,51
	Randa	346,00	\$ 26,27	\$ 9.088,22
Blusa	Seda	735,00	\$ 6,44	\$ 4.731,84
	Dacrón	735,00	\$ 3,86	\$ 2.839,10
Falda	Micro strech	275,00	\$ 7,73	\$ 2.124,50
	Crepelip	275,00	\$ 6,18	\$ 1.699,60
Forro		260,00	\$ 6,00	\$ 1.560,00
Total		4790,00		\$ 54.281,56

Fuente: Cuadro N° 70

Elaborado por: La autora

En el cuadro anterior podemos ver la materia prima necesaria para la capacidad de producción propuesta en el proyecto para el primer año, para poder empezar con la producción se necesita \$ 4.523,46.

4.9.1.2 Mano de obra directa

Para realizar las proyecciones de los sueldos y salarios se ha tomado como base los sueldos básicos unificados de los seis años anteriores de los cuales se ha sacado una tasa promedio de crecimiento la cual se aplicará para obtener los sueldos de los futuros años.

Tabla N° 72

Tasa de incremento del Sueldo Básico Unificado SBU

AÑO	SBU	CRECIMIENTO EN TASA
2011	\$ 264,00	
2012	\$ 292,00	9,59%
2013	\$ 318,00	8,18%
2014	\$ 340,00	6,47%
2015	\$ 354,00	3,95%
2016	\$ 366,00	3,28%
2017	\$ 375,00	2,40%
Total		33,87%
Promedio		5,64%

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: La autora

Tabla N° 73

Proyecciones del SBU

AÑO	SBU
2017	\$ 375,00
2018	\$ 396,17
2019	\$ 418,53
2020	\$ 442,16
2021	\$ 467,12
2022	\$ 493,48
2023	\$ 521,34
2024	\$ 550,77

Fuente: Cuadro N° 72

Elaborado por: La autora

Una vez obtenido el porcentaje de crecimiento de 5,64% se multiplica por el SBU del 2017 que es de \$ 375,00 posteriormente se incrementa al SBU obteniendo el salario para el 2018, para ejemplarizar de mejor manera los \$ 375,00*5,64% obteniendo \$ 21,17 valor que representa el incremento para el próximo año (\$ 375,00+24,85) \$ 396,17.

La Mano de Obra Directa MOD que se empleará para la puesta en marcha de la empresa es de un diseñador y cinco operarios, para realizar las proyecciones de salarios y remuneraciones y beneficios adicionales que se otorgan de acuerdo al código de trabajo vigente, se tomará en cuenta la tasa de 5,64% obtenida anteriormente en el cuadro 70.

Tabla N° 74

Proyección de salarios y beneficios de MOD

Cargo	Salario	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero 12 ava	Décimo Cuarto SBU	Fondos de Reserva 8,33%	Vacaciones	Total Mensual
Diseñador	\$ 376,10	\$ 45,70	\$ 31,34	\$ 31,25	\$ 31,34	\$ 15,67	\$ 531,40
Operario 1	\$ 375,36	\$ 45,61	\$ 31,28	\$ 31,25	\$ 31,28	\$ 15,64	\$ 530,42
Operario 2	\$ 375,36	\$ 45,61	\$ 31,28	\$ 31,25	\$ 31,28	\$ 15,64	\$ 530,42
Operario 3	\$ 375,36	\$ 45,61	\$ 31,28	\$ 31,25	\$ 31,28	\$ 15,64	\$ 530,42
Operario 4	\$ 375,36	\$ 45,61	\$ 31,28	\$ 31,25	\$ 31,28	\$ 15,64	\$ 530,42
Operario 5	\$ 375,36	\$ 45,61	\$ 31,28	\$ 31,25	\$ 31,28	\$ 15,64	\$ 530,42
Total							\$ 3.183,48

Fuente: Código sectorial y código de trabajo
Elaborado por: La autora

4.10 Costos indirectos de fabricación

4.10. 1 Materia Prima Indirecta

Los materiales indirectos son los que no influyen directamente en la fabricación de las prendas pero son requeridos para su elaboración, es decir están implícitos en la elaboración es el caso de la tiza sastre las agujas para la confección, las etiquetas, el papel para realizar los moldes, el aceite para el buen funcionamiento de la máquina y las fundas para su entrega, los cuales se detallan a continuación

Tabla N° 75

Materia prima indirecta MPI

Detalle	Unid.	Cant.	Valor	Total
Agujas de maquina	Caja	12,00	\$ 4,25	\$ 39,00
Tiza sastre	Caja	24,00	\$ 0,25	\$ 6,00
Papel Molde	unidad	1.000,00	\$ 0,30	\$ 300,00
Etiquetas	unidad	4790,00	\$ 0,10	\$ 479,00
Tallas	unidad	4790,00	\$ 0,05	\$ 239,50
Fundas Plástica	unidad	4790,00	\$ 0,05	\$ 239,50
Botones	unidad	4790,00	\$ 0,05	\$ 239,50
Sierres	unidad	4790,00	\$ 0,20	\$ 958,00
Hilo	tubos	22,00	\$ 19,22	\$ 22,00
Total				\$ 2.923,34

Fuente: Proveedores de la Ciudad.
Elaborado por: La autora

El valor mensual de la materia prima indirecta es de \$243,61 que será considerado para establecer el capital de trabajo.

4.10.2 Energía eléctrica

Para comenzar con el proceso de fabricación se necesita la energía eléctrica para poner en funcionamiento la maquinaria y continuar con el proceso de confección de las diferentes prendas de vestir.

La energía eléctrica a utilizar es la industrial artesanal, la cual tiene un costo de 0,083 centavos de dólar por cada Kwh hasta un consumo de 300; el excedente tiene un valor de 0,099 por cada Kwh, más otros servicios que se pagan en la factura tales como: alumbrado público, alcantarillado, bomberos, basura; todo esto nos da un valor de 78,35\$ de acuerdo a los cálculos efectuados por el funcionario de la empresa eléctrica, con una capacidad de 6 máquinas industriales que funcionan en condiciones y jornadas normales, cálculo que se ha tomado para el proyecto.

Tabla N° 76

Servicio de energía eléctrica

Detalle		Costo Kwh	Sub Total
Kwh	300	0,083	\$ 24,90
	400	0,099	\$ 39,60
Total Kwh			\$ 64,50
Alcantarillado			\$ 1,41
Alumbrado publico			\$ 6,60
Basura			\$ 5,60
Bomberos			\$ 10,14
Total Otros Servicios			\$ 23,75
Total Mensual			\$ 88,25
Total Anual			\$ 1059,00

Fuente: Funcionario de la empresa eléctrica.

Elaborado por: La autora

4.10.3 Materiales de confección

Las herramientas necesarias para la producción de las prendas son las siguientes:

Tabla N° 77

Materiales para la elaboración

Detalle	Cant.	Valor	Valor Total Año 0
Juego de Reglas	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Tijera Grande	2	\$ 19,00	\$ 38,00
Cinta Métrica	3	\$ 1,30	\$ 3,90
Total			\$ 55,90

Fuente: Proveedores de la Ciudad.

Elaborado por: La autora

4.10.4 Mantenimiento de la maquinaria

Se realizará cada semestre con el Sr. Patricio Villarreal, técnico especializado que presta los servicios a domicilio. El costo del mantenimiento por maquinaria es de 50,00 dólares el cual se multiplica por las cinco máquinas y por dos semestres, obteniendo un valor anual de \$ 500,00, el aceite se adquirirá dos galones de 4litros.

Tabla N° 78

Mantenimiento de máquina

Detalle	Tiempo	Valor	Maquinas/Cant.	Semestral	Total Anual
Maquinaria	Semestral	2,00 \$ 50,00	5,00	\$ 250,00	\$ 500,00
Aceite Gl.	Semestral	2,00 \$ 18,00	1,00	\$ 18,00	\$ 36,00
Total		\$ 68,00		\$ 268,00	\$ 536,00

Fuente: Sr. Patricio Villarrial

Elaborado por: La autora

Tabla N° 79

Resumen de los costos indirectos de fabricación

CIF	Año 0
Materia Prima Indirecta	\$ 243,61
Energía Eléctrica	\$ 88,25
Mantenimiento	\$ 268,00
Herramientas de confección	\$ 55,90
Total	\$ 655,76

Fuente: Cuadros del 75 al 78

Elaborado por: La autora

4.11 Gastos administrativos

Comprende el pago del administrador y secretaria del área administrativa de la empresa así como también sus beneficios adicionales de acuerdo a la ley.

Incluye los desembolsos que se realizan por concepto de suministros e insumos para el área administrativa de la empresa así como los materiales de aseo pago de servicios básicos, mantenimiento del equipo de cómputo y los gastos pre operativos.

4.11.1 Sueldos administrativos

La empresa contará con una persona que coordine y dirija hacia el logro de los objetivos institucionales, es por tal importancia que se contemplará este rubro en esta parte del estudio.

Para realizar la proyección se ha tomado la tasa de crecimiento estimada del 5,64% obtenida anteriormente

Tabla N° 80

Sueldos y beneficios del personal administrativo

Cargo	Salario Mensual	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero 12 ava	Décimo Cuarto SBU	Fondos de Reserva 8,33%	Vacaciones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	\$ 391,49	\$ 47,57	\$ 32,62	\$ 31,25	\$ 32,62	\$ 16,31	\$ 551,87	\$ 6.622,40
Contador	\$ 388,20	\$ 47,17	\$ 32,35	\$ 31,25	\$ 32,35	\$ 16,18	\$ 547,49	\$ 6.569,89
Total							1.099,36	13.192,29

Fuente: Código sectorial y código de trabajo

Elaborado por: La autora

4.11.2 Suministros y materiales de oficina

Los suministros de oficina necesarios para la puesta en marcha del proyecto son los siguientes.

Tabla N° 81

Suministros de oficina

Detalle	Cant.	V. Unit.	Valor Total
Resmas de papel bond	8	3,50	\$ 28,00
Archivadores	4	2,20	\$ 8,80
Carpetas colgantes unidades	24	0,50	\$ 12,00
Grapadora unidades	3	4,40	\$ 13,20
Perforadora unidades	3	7,05	\$ 21,15
Saca grapas unidades	2	3,50	\$ 7,00
Lápices unidades	12	0,60	\$ 7,20
Borradores unidades	12	0,30	\$ 3,60
Tinta negro unidades de medio litro	6	9,50	\$ 57,00
Tinta rojo medio litro	6	9,50	\$ 57,00
Tinta Amarillo medio litro	6	9,50	\$ 57,00
Papel sumadora rollos	6	1,10	\$ 6,60
Esferos unidades	12	0,30	\$ 3,60
Libretines de facturas de 100 Uds.	2	15,00	\$ 30,00
Clips cajas de 100 Uds.	10	0,75	\$ 7,50
Clips mariposa de 100 Uds.	5	3,00	\$ 15,00
Calculadora	2	7,50	\$ 15,00
Grapas cajas de	2	3,00	\$ 6,00
Total			\$ 355,65

Fuente: Papelerías de la ciudad

Elaborado por: La autora

De los cuales se tomara el valor mensual de 21,30 dólares.

4.11.3 Servicios básicos

Los servicios básicos que necesitará la empresa para el funcionamiento son: energía eléctrica, agua, teléfono, internet, los cuales se detallan a continuación con sus rubros respectivos.

Tabla N° 82

Servicios básicos

Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	\$ 18,40	\$ 220,80
Agua	\$ 12,00	\$ 144,00
Teléfono línea comercial	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet	\$ 18,00	\$ 216,00
Total	\$ 60,40	\$ 724,80

Fuente: Empresas Públicas
Elaborado por: La autora

4.11.4 Mantenimiento del equipo de computación

El mantenimiento de los equipos de computación se realizará a partir del segundo año, donde termina la garantía, el chequeo se realizará trimestralmente con un costo de 30\$ para el ordenador y 15\$ para la impresora.

Tabla N° 83

Mantenimiento del equipo de computación

Detalle	Valor Trimestral	Valor Anual
Computador todo en uno	\$ 30,00	\$ 120,00
Impresora	\$ 15,00	\$ 60,00
Total	\$ 45,00	\$ 180,00

Fuente: Multisistemas

Elaborado por: La autora

4.12 Gastos pre operativos

Los gastos de constitución de la empresa comprende la patente otorgada por el Ilustre Municipio de Ibarra, pago a notario, permiso de construcción y registro de la propiedad.

Tabla N° 84

Gastos de constitución

Detalle	Costo
Honorario Notario	\$ 530,00
Registro de la propiedad	\$ 170,00
Permisos de Construcción	\$ 625,73
Patentes	\$ 50,00
Total	\$ 1.375,73

Fuente: Funcionario del IMI

Elaborado por: La autora

4.13 Materiales de aseo

Los materiales de aseo que se empleará para el funcionamiento de la empresa son los siguientes:

Tabla N° 85

Materiales de aseo y limpieza

Detalle	Cant.	V. Unit.	Valor Total
Escobas	2,00	2,40	\$ 4,80
Trapeadores	2,00	2,30	\$ 4,60
Guantes	2,00	1,90	\$ 3,80
Ambiental 2L	5,00	3,75	\$ 18,75

Fundas de Basura de 30"x36" PG.	144,00	1,60	\$	230,40
Papel Higiénico rollo	5,00	1,95	\$	9,75
Basurero	3,00	13,00	\$	39,00
Recogedor	2,00	1,41	\$	2,82
Total			\$	313,92

Fuente: Gran akí
Elaborado por: La autora

4.14 Sueldos del personal de ventas

La mano de obra a emplearse para realizar la comercialización del producto en el punto de exhibición es de un vendedor con experiencia.

Tabla N° 86

Sueldos y beneficios adicionales del personal de ventas

Cargo	Salario Mensual	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero 12 ava	Décimo Cuarto SBU	Fondos de Reserva 8,33%	Vacaciones	Total Mensual	Total Año 1
Vendedor	\$ 384,23	\$ 46,68	\$ 32,02	\$ 31,25	\$ 32,02	\$ 16,01	\$ 526,20	\$ 6.314,43

Fuente: Código sectorial y código de trabajo
Elaborado por: La autora

4.15. Gasto Arriendo

Necesario para la comercialización de los productos en el centro de la ciudad, en el Centro Comercial EURO.

Tabla N° 87

Arriendo del local de venta

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo del Local	\$250,00	\$3.000,00

Fuente: Gerente del C.C. EURO año 2017
Elaborado por: La autora

4.16 Gasto Publicidad

El proyecto realizará publicidad mediante volantes y página web para darse a conocer en el mercado local, se dispondrá de 1.000 volantes por un costo de \$ 100,00 de manera bimestral, el costo de la página web es de \$15,00 anuales por concepto de Nombre del Dominio y \$ 15,00 mensuales por Alojamiento web, necesarios para realizar la publicidad.

Tabla N° 88

Publicidad

Detalle	Tiempo	Valor Mensual	Valor Anual
Volantes	Bimensual	100	\$ 600,00
Página Web	Mensual	16,25	\$ 195,00
Total			\$ 795,00

Fuente: Imprenta OFFSET

Elaborado por: La autora

4.17 Gasto Transporte

El transporte se implementará para trasladar la materia prima del punto de adquisición hacia la fábrica y a su vez para trasladar la mercadería al punto de venta, por este razón se realizará dos fletes en la semana cada uno por un costo de \$20,00.

Tabla N° 89

Transporte

Detalle	Viajes semanal	Viajes mensual	Viajes anual	Valor del flete	Total
Fletes	2	8	96	\$ 20,00	\$ 1.920,00

Elaborado por: La autora

4.18 Capital de Trabajo

El capital de trabajo a emplearse para un mes es de \$ 10.838,23, necesario para que el proyecto funcione con normalidad hasta que genere rentabilidad.

Tabla N° 90

Capital de trabajo

Descripción	Valor Mensual	Valor Total
Costos de Producción		\$ 8.362,71
Materia Prima	\$ 4.523,46	
Mano de Obra	\$ 3.183,48	
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 655,76	
Gastos Administrativos		\$ 1.260,55
Sueldos Administrativos	\$ 1.099,36	
Servicios Básicos	\$ 60,40	
Suministros de Oficina	\$ 29,64	
Materiales de Aseo	\$ 26,16	
Mantenimiento Equipo de Computación	\$ 45,00	
Gastos de Venta		\$ 1.002,45
Salarios de Ventas	\$ 526,20	
Arriendo	\$ 250,00	
Transporte	\$ 160,00	
Gasto Publicidad	\$ 66,25	
Sub Total		\$ 10.625,71
Imprevistos 2%	2%	\$ 212,51
Total		\$ 10.838,23

Elaborado por: La autora

Tabla N° 91

Estructura de la inversión

Detalle	Valor	%
Inversión Fija	\$ 23.139,46	63%
Inversión Variable	\$ 2.875,73	8%
Capital de Trabajo	\$ 10.838,23	29%
Total	\$ 36.853,42	100%

Elaborado por: La autora

4.18.1 Gastos financieros

Los gastos financieros son los intereses que serán pagados a la institución financiera Banco Internacional quien otorgará el crédito por el valor de \$ 20.000,00, la cual ofrece una tasa de interés del 11,83%, los pagos se realizarán de manera trimestral.

4.19 Financiamiento del Proyecto

Para la puesta en marcha del proyecto se necesita un valor de \$ 36.853,42, el 54% de este valor será costado mediante un crédito concedido por una institución financiera y la diferencia con recursos propios.

Tabla N° 92

Financiamiento del proyecto

Detalle	Valor	%
Capital Propio	\$ 16.853,42	46%
Financiado	\$ 20.000,00	54%
Total	\$ 36.853,42	100%

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El presente capítulo tiene como finalidad mostrar la capacidad financiera del proyecto para ser sostenible y rentable en el tiempo.

5.1 Ingresos

Son las entradas de dinero que tiene una empresa mediante las actividades ordinaria de la misma.

5.1.1 Ingresos proyectados

La proyección de los ingresos se realizó mediante la multiplicación del precio de venta por la cantidad de prendas que plantea fabricar la empresa.

Para las proyecciones de las cantidades se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de mujeres del 2,03%, para el establecimiento del precio se tomó la tasa de inflación promedio de los últimos seis años que es de 3,01% anual. Para establecer la producción se consideró la capacidad instalada que tiene el proyecto

Para proyectar las prendas se tomó en cuenta las texturas, de igual manera se realizó con los precios, considerando lo anterior se precede al cálculo de los ingresos, como lo muestra el siguiente cuadro.

Tabla N° 93

Proyección de los ingresos

Prendas	Texturas	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
		Cant.	P.U	Total Anual	Cant.	P.U	Total Anual	Cant.	P.U	Total Anual	Cant.	P.U	Total Anual	Cant.	P.U	Total Anual
Ternos con falda	Gabardina y Micro stretch	130	62,00	\$ 8.060,00	132	64,00	\$ 8.448,00	135	66,00	\$ 8.910,00	137	68,00	\$ 9.316,00	140	70,00	\$ 9.800,00
	Seda y Tafeta	130	61,00	\$ 7.930,00	132	63,00	\$ 8.316,00	135	65,00	\$ 8.775,00	137	67,00	\$ 9.179,00	140	69,00	\$ 9.660,00
Ternos con pantalón	Gabardina y Micro stretch	130	64,00	\$ 8.320,00	132	66,00	\$ 8.712,00	135	68,00	\$ 9.180,00	137	70,00	\$ 9.590,00	140	72,00	\$ 10.080,00
	Seda y Tafeta	130	66,00	\$ 8.580,00	132	68,00	\$ 8.976,00	135	70,00	\$ 9.450,00	137	72,00	\$ 9.864,00	140	74,00	\$ 10.360,00
Pantalón	Micro stretch sofía	346	27,00	\$ 9.342,00	353	28,00	\$ 9.884,00	360	29,00	\$ 10.440,00	367	30,00	\$ 11.010,00	375	31,00	\$ 11.625,00
	Tafeta	346	27,00	\$ 9.342,00	353	28,00	\$ 9.884,00	360	29,00	\$ 10.440,00	367	30,00	\$ 11.010,00	375	31,00	\$ 11.625,00
Vestido	Micro stretch sofía	346	31,00	\$ 10.726,00	353	32,00	\$ 11.296,00	360	33,00	\$ 11.880,00	367	34,00	\$ 12.478,00	374	35,00	\$ 13.090,00
	Chiffon	346	29,00	\$ 10.034,00	353	30,00	\$ 10.590,00	360	31,00	\$ 11.160,00	367	32,00	\$ 11.744,00	374	33,00	\$ 12.342,00
	Randa	346	32,00	\$ 11.072,00	353	33,00	\$ 11.649,00	360	34,00	\$ 12.240,00	367	35,00	\$ 12.845,00	374	36,00	\$ 13.464,00
Blusa	Seda	735	27,00	\$ 19.845,00	750	28,00	\$ 21.000,00	765	29,00	\$ 22.185,00	781	30,00	\$ 23.430,00	797	31,00	\$ 24.707,00
	Dacrón	735	25,00	\$ 18.375,00	750	26,00	\$ 19.500,00	765	27,00	\$ 20.655,00	781	28,00	\$ 21.868,00	797	29,00	\$ 23.113,00
Falda	Micro stretch sofía	275	26,00	\$ 7.150,00	281	27,00	\$ 7.587,00	287	28,00	\$ 8.036,00	293	29,00	\$ 8.497,00	299	30,00	\$ 8.970,00
	Crepelip	275	25,00	\$ 6.875,00	281	26,00	\$ 7.306,00	287	27,00	\$ 7.749,00	293	28,00	\$ 8.204,00	299	29,00	\$ 8.671,00
Total		4270		\$ 135.651,00	4355		\$ 143.148,00	4444		\$ 151.100,00	4531		\$ 159.035,00	4624		\$ 167.507,00

Fuente: Cuadro N° 51 y 58

Elaborado por: La autora

Tabla N° 94

Proyección de los ingresos

Prendas	Texturas	Año 6			Año 7			Año 8		
		Cant.	P.U	Total Anual	Cant.	P.U	Total Anual	Cant.	P.U	Total Anual
Ternos con falda	Gabardina y Micro strech	143	72,00	\$ 10.296,00	146	74,00	\$ 10.804,00	149	76,00	\$ 11.324,00
	Seda y Tafeta	143	71,00	\$ 10.153,00	146	73,00	\$ 10.658,00	149	75,00	\$ 11.175,00
Ternos con pantalón	Gabardina y Micro strech	143	74,00	\$ 10.582,00	146	76,00	\$ 11.096,00	149	78,00	\$ 11.622,00
	Seda y Tafeta	143	76,00	\$ 10.868,00	146	78,00	\$ 11.388,00	149	80,00	\$ 11.920,00
Pantalón	Micro strech sofía	382	32,00	\$ 12.224,00	390	33,00	\$ 12.870,00	398	34,00	\$ 13.532,00
	Tafeta	382	32,00	\$ 12.224,00	390	33,00	\$ 12.870,00	398	34,00	\$ 13.532,00
Vestido	Micro strech sofía	382	36,00	\$ 13.752,00	390	37,00	\$ 14.430,00	398	38,00	\$ 15.124,00
	Chiffon	382	34,00	\$ 12.988,00	390	35,00	\$ 13.650,00	398	36,00	\$ 14.328,00
	Randa	382	37,00	\$ 14.134,00	390	38,00	\$ 14.820,00	398	39,00	\$ 15.522,00
Blusa	Seda	813	32,00	\$ 26.016,00	829	33,00	\$ 27.357,00	846	34,00	\$ 28.764,00
	Dacrón	813	30,00	\$ 24.390,00	829	31,00	\$ 25.699,00	846	32,00	\$ 27.072,00
Falda	Micro strech sofía	305	31,00	\$ 9.455,00	311	32,00	\$ 9.952,00	317	33,00	\$ 10.461,00
	Crepelip	305	30,00	\$ 9.150,00	311	31,00	\$ 9.641,00	317	32,00	\$ 10.144,00
Total		4718		\$ 176.232,00	4814		\$ 185.235,00	4912		\$ 194.520,00

Fuente: Cuadro N° 51 y 58

Elaborado por: La autora

Tabla N° 95

Resumen de ingresos

Años Proyectados	Ingresos por venta de prendas
Año 1	\$ 135.598,00
Año 2	\$ 143.093,00
Año 3	\$ 151.043,00
Año 4	\$ 158.976,00
Año 5	\$ 167.446,00
Año 6	\$ 176.169,00
Año 7	\$ 185.170,00
Año 8	\$ 194.520,00

Fuente: Cuadro N° 93 y 94

Elaborado por: La autora

5.2 Egresos

Son salidas o desembolsos de dinero que realiza la empresa para el giro del negocio

5.2.1 Determinación de los egresos

Los desembolsos que realizará la empresa estarán destinados a cubrir la inversión fija, los gastos de constitución de la empresa, y el capital de trabajo que cubre los gastos de MP, MOD y CIF para un mes necesario para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla N° 96

Estructura de la inversión

Detalle	Valor	%
Inversión Fija	\$ 23.139,46	63%
Inversión Variable	\$ 2.875,73	8%
Capital de Trabajo	\$ 10.838,23	29%
Total	\$ 36.853,42	100%

Elaborado por: La autora

5.3 Proyección de costos y gastos

Se presupuesta los costos y gastos necesarios para la vida útil del proyecto como son los costos de producción, que se encuentran integrados por materia prima , mano de obra y gastos generales de fabricación, así como también los gastos administrativos, gastos de organización, gastos de venta y gastos financieros

5.3.1 Costos de Producción

En esta sección se abordarán los tres elementos del costo como son MPD, MOD y CIF, necesarios para obtener los productos terminados listos para ser comercializados.

5.3.1.1 Materia Prima Directa

La materia prima a utilizarse en el proyecto será la tela en diferentes texturas, como se muestra a continuación

Tabla N° 97

Proyección de materia prima

Prendas	Texturas	Año 1			Año 2			Año 3		
		Cant.	Precio	Sub Total	Cant.	Precio	Sub Total	Cant.	Precio	Sub Total
Ternos con falda	Gabardina	130,00	\$ 26,27	\$ 3.414,65	132,00	\$ 27,06	\$ 3.571,41	135,00	\$ 27,87	\$ 3.762,37
	Micro strech	130,00	\$ 12,88	\$ 1.673,85	132,00	\$ 13,26	\$ 1.750,69	135,00	\$ 13,66	\$ 1.844,30
	Seda	130,00	\$ 7,73	\$ 1.004,31	132,00	\$ 7,96	\$ 1.050,41	135,00	\$ 8,20	\$ 1.106,58
Ternos con Pantalón	Tafeta	130,00	\$ 10,30	\$ 1.339,08	132,00	\$ 10,61	\$ 1.400,55	135,00	\$ 10,93	\$ 1.475,44
	Gabardina	130,00	\$ 26,27	\$ 3.414,65	132,00	\$ 27,06	\$ 3.571,41	135,00	\$ 27,87	\$ 3.762,37
	Micro strech	130,00	\$ 12,88	\$ 1.673,85	132,00	\$ 13,26	\$ 1.750,69	135,00	\$ 13,66	\$ 1.844,30
Pantalón	Seda	130,00	\$ 7,73	\$ 1.004,31	132,00	\$ 7,96	\$ 1.050,41	135,00	\$ 8,20	\$ 1.106,58
	Tafeta	130,00	\$ 10,30	\$ 1.339,08	132,00	\$ 10,61	\$ 1.400,55	135,00	\$ 10,93	\$ 1.475,44
	Micro strech	346,00	\$ 12,88	\$ 4.455,01	353,00	\$ 13,26	\$ 4.681,77	360,00	\$ 13,66	\$ 4.918,13
Vestido	Tafeta	346,00	\$ 10,30	\$ 3.564,01	353,00	\$ 10,61	\$ 3.745,41	360,00	\$ 10,93	\$ 3.934,50
	Micro strech	346,00	\$ 15,45	\$ 5.346,01	353,00	\$ 15,92	\$ 5.618,12	360,00	\$ 16,39	\$ 5.901,76
	Chiffón	346,00	\$ 11,59	\$ 4.009,51	353,00	\$ 11,94	\$ 4.213,59	360,00	\$ 12,30	\$ 4.426,32
Blusa	Randa	346,00	\$ 26,27	\$ 9.088,22	353,00	\$ 27,06	\$ 9.550,80	360,00	\$ 27,87	\$ 10.032,99
	Seda	735,00	\$ 6,44	\$ 4.731,84	750,00	\$ 6,63	\$ 4.973,55	765,00	\$ 6,83	\$ 5.225,51
	Dacrón	735,00	\$ 3,86	\$ 2.839,10	750,00	\$ 3,98	\$ 2.984,13	765,00	\$ 4,10	\$ 3.135,31
Falda	Micro strech	275,00	\$ 7,73	\$ 2.124,50	281,00	\$ 7,96	\$ 2.236,11	287,00	\$ 8,20	\$ 2.352,51
	Crepelip	275,00	\$ 6,18	\$ 1.699,60	281,00	\$ 6,37	\$ 1.788,89	287,00	\$ 6,56	\$ 1.882,00
Forro		260,00	\$ 6,00	\$ 1.560,00	264,00	\$ 6,18	\$ 1.631,62	270,00	\$ 6,37	\$ 1.718,86
Total		4790,00		\$ 54.281,56	4883,00		\$ 56.970,10	4984,00		\$ 59.905,26

Tabla N° 98

Proyección de materia prima

Prendas	Texturas	Año 4			Año 5			Año 6			Año 7			Año 8		
		Cant.	Precio	Sub Total	Cant.	Precio	Sub Total	Cant.	Precio	Sub Total	Cant.	Precio	Sub Total	Cant.	Precio	Sub Total
	Gabardina	137,00	\$ 28,71	\$ 3.932,88	140	\$ 29,57	\$ 4.139,81	143	\$ 30,46	\$ 4.355,63	146	\$ 31,37	\$ 4.580,69	149	\$ 32,32	\$ 4.815,34
Ternos con falda	Micro strech	137,00	\$ 14,07	\$ 1.927,88	140	\$ 14,50	\$ 2.029,32	143	\$ 14,93	\$ 2.135,11	146	\$ 15,38	\$ 2.245,44	149	\$ 15,84	\$ 2.360,46
	Seda	137,00	\$ 8,44	\$ 1.156,73	140	\$ 8,70	\$ 1.217,59	143	\$ 8,96	\$ 1.281,07	146	\$ 9,23	\$ 1.347,26	149	\$ 9,51	\$ 1.416,28
	Tafeta	137,00	\$ 11,26	\$ 1.542,31	140	\$ 11,60	\$ 1.623,46	143	\$ 11,94	\$ 1.708,09	146	\$ 12,30	\$ 1.796,35	149	\$ 12,67	\$ 1.888,37
	Gabardina	137,00	\$ 28,71	\$ 3.932,88	140	\$ 29,57	\$ 4.139,81	143	\$ 30,46	\$ 4.355,63	146	\$ 31,37	\$ 4.580,69	149	\$ 32,32	\$ 4.815,34
Ternos con Pantalón	Micro strech	137,00	\$ 14,07	\$ 1.927,88	140	\$ 14,50	\$ 2.029,32	143	\$ 14,93	\$ 2.135,11	146	\$ 15,38	\$ 2.245,44	149	\$ 15,84	\$ 2.360,46
	Seda	137,00	\$ 8,44	\$ 1.156,73	140	\$ 8,70	\$ 1.217,59	143	\$ 8,96	\$ 1.281,07	146	\$ 9,23	\$ 1.347,26	149	\$ 9,51	\$ 1.416,28
	Tafeta	137,00	\$ 11,26	\$ 1.542,31	140	\$ 11,60	\$ 1.623,46	143	\$ 11,94	\$ 1.708,09	146	\$ 12,30	\$ 1.796,35	149	\$ 12,67	\$ 1.888,37
Pantalón	Micro strech	367,00	\$ 14,07	\$ 5.164,47	375	\$ 14,50	\$ 5.435,68	382	\$ 14,93	\$ 5.703,59	390	\$ 15,38	\$ 5.998,08	398	\$ 15,84	\$ 6.305,12
	Tafeta	367,00	\$ 11,26	\$ 4.131,58	375	\$ 11,60	\$ 4.348,54	382	\$ 11,94	\$ 4.562,87	390	\$ 12,30	\$ 4.798,46	398	\$ 12,67	\$ 5.044,09
	Micro strech	367,00	\$ 16,89	\$ 6.197,37	374	\$ 17,39	\$ 6.505,42	382	\$ 17,92	\$ 6.844,31	390	\$ 18,46	\$ 7.197,70	398	\$ 19,01	\$ 7.566,14
Vestido	Chiffón	367,00	\$ 12,66	\$ 4.648,03	374	\$ 13,05	\$ 4.879,07	382	\$ 13,44	\$ 5.133,23	390	\$ 13,84	\$ 5.398,27	398	\$ 14,26	\$ 5.674,61
	Randa	367,00	\$ 28,71	\$ 10.535,53	374	\$ 29,57	\$ 11.059,22	382	\$ 30,46	\$ 11.635,33	390	\$ 31,37	\$ 12.236,08	398	\$ 32,32	\$ 2.862,44
	Seda	781,00	\$ 7,04	\$ 5.495,17	797	\$ 7,25	\$ 5.776,32	813	\$ 7,47	\$ 6.069,40	829	\$ 7,69	\$ 6.374,88	846	\$ 7,92	\$ 6.701,17
Blusa	Dacrón	781,00	\$ 4,22	\$ 3.297,10	797	\$ 4,35	\$ 3.465,79	813	\$ 4,48	\$ 3.641,64	829	\$ 4,61	\$ 3.824,93	846	\$ 4,75	\$ 4.020,70
	Micro strech	293,00	\$ 8,44	\$ 2.473,88	299	\$ 8,70	\$ 2.600,43	305	\$ 8,96	\$ 2.732,35	311	\$ 9,23	\$ 2.869,85	317	\$ 9,51	\$ 3.013,15
Falda	Crepelip	293,00	\$ 6,75	\$ 1.979,11	299	\$ 6,96	\$ 2.080,34	305	\$ 7,17	\$ 2.185,88	311	\$ 7,38	\$ 2.295,88	317	\$ 7,60	\$ 2.410,52
Forro		274,00	\$ 6,56	\$ 1.796,76	280	\$ 6,75	\$ 1.891,30	286	\$ 6,96	\$ 1.989,89	292	\$ 7,17	\$ 2.092,71	298	\$ 7,38	\$ 2.199,91
Total		5079,00		\$ 62.838,60	5184		\$ 66.062,47	5290		\$ 9.458,32	5398		\$ 3.026,32	5508		\$ 6.758,73

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

Tabla N° 99

Resumen de materia prima

DETALLE	VALOR
Año 1	\$ 54.281,56
Año 2	\$ 56.970,10
Año 3	\$ 59.905,26
Año 4	\$ 62.838,60
Año 5	\$ 66.062,47
Año 6	\$ 69.458,32
Año 7	\$ 73.026,32
Año 8	\$ 76.758,73

Fuente: cuadro 97 y 98
Elaborado por: La autora

5.3.1.2 Mano de Obra Directa MOD

La mano de obra directa está establecida en base a la capacidad instalada, ésta constituye el valor del sueldo de los operarios los cuales confeccionarán las prendas y el diseñador el cual proveerá los diseños para su elaboración.

5.3.1.2.1 Proyección de MOD

La mano de obra directa está conformado por el diseñador quien realizará los modelos, y los operarios quienes confeccionarán las prendas, a continuación se proyecta los valores a cancelar por el concepto de sueldos por el tiempo de ocho años.

Tabla N° 100

Proyección de salarios de MOD

Cargo	Salario	Numero Operarios	Remuneración Mensual	Remuneración Anual
Diseñador/ar	\$ 376,10	1	\$ 376,10	\$ 4.513,20
Operarios/as	\$ 375,36	5	\$ 1.876,80	\$ 22.521,60
Total		6	\$ 2.252,90	\$ 27.034,80

Fuente: Código sectorial y código de trabajo
Elaborado por: La autora

Tabla N° 101

Proyección de beneficios sociales

Detalle	%	Años proyectados							
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Salario		\$ 27.034,80	\$ 28.560,88	\$ 30.173,10	\$ 31.876,34	\$ 33.675,71	\$ 35.576,66	\$ 37.584,92	\$ 39.706,54
Aporte Patronal	12,15%	\$ 3.284,73	\$ 3.470,15	\$ 3.666,03	\$ 3.872,97	\$ 4.091,60	\$ 4.322,56	\$ 4.566,57	\$ 4.824,34
Décimo tercero	12ava parte	\$ 2.252,90	\$ 2.380,07	\$ 2.514,43	\$ 2.656,36	\$ 2.806,31	\$ 2.964,72	\$ 3.132,08	\$ 3.308,88
Décimo Cuarto	SBU	\$ 2.250,00	\$ 2.377,01	\$ 2.511,19	\$ 2.652,94	\$ 2.802,70	\$ 2.960,91	\$ 3.128,05	\$ 3.304,62
Fondos de Reserva	8,33%	\$ 2.252,89	\$ 2.380,06	\$ 2.514,42	\$ 2.656,35	\$ 2.806,30	\$ 2.964,71	\$ 3.132,06	\$ 3.308,87
Vacaciones	24ava	\$ 1.126,45	\$ 1.190,04	\$ 1.257,21	\$ 1.328,18	\$ 1.403,15	\$ 1.482,36	\$ 1.566,04	\$ 1.654,44
Total		\$ 38.201,77	\$ 40.358,21	\$ 42.636,38	\$ 45.043,15	\$ 47.585,77	\$ 50.271,93	\$ 53.109,71	\$ 56.107,69

Fuente: Código de trabajo

Elaborado por: La autora

5.3.1.3 Costos Indirectos de Fabricación

Los CIF son todos los costos y gastos que no se pueden incluir con facilidad a la elaboración de las prendas.

5.3.1.3.1 Insumos

Los insumos utilizados son las etiquetas de lavado, etiquetas de tallas, botones, sierras e hilo, las cuales se muestran a continuación.

Tabla N° 102
Proyección de insumos

Detalle	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4		
	Costo Unit.	Unidades	Total	Costo Unit.	Unidades	Total	Costo Unit.	Unidades	Total	Costo Unit.	Unidades	Total
Etiquetas	0,10	4790,00	\$ 479,00	0,10	4883,00	\$ 502,98	0,11	4984,00	\$ 528,81	0,11	5079,00	\$ 555,09
Tallas	0,05	4790,00	\$ 239,50	0,05	4883,00	\$ 251,49	0,05	4984,00	\$ 264,41	0,05	5079,00	\$ 277,55
Botones	0,05	4270	\$ 213,50	0,05	4355	\$ 224,30	0,05	4444	\$ 235,76	0,05	4531	\$ 247,60
Sierre	0,20	2800	\$ 560,00	0,21	2855	\$ 588,16	0,21	2914	\$ 618,36	0,22	2969	\$ 648,97
Hilo m.	0,0014	258822	\$ 365,70	0,0015	263819	\$ 383,97	0,0015	269267	\$ 403,68	0,0015	274378	\$ 423,70
Total	0,40		\$ 1.857,70	0,41		\$ 1.950,90	0,43		\$ 2.051,02	0,44		\$ 2.152,92

Elaborado por: La autora

Tabla N° 103
Proyección de insumos

Detalle	Año 5			Año 6			Año 7			Año 8		
	Costo Unit.	Unidades	Total	Costo Unit.	Unidades	Total	Costo Unit.	Unidades	Total	Costo Unit.	Unidades	Total
Etiquetas	0,11	5.184	\$ 583,60	0,12	5.290	\$ 613,43	0,12	5.398	\$ 644,77	0,12	5.508	\$ 677,69
Tallas	0,06	5.184	\$ 291,80	0,06	5.290	\$ 306,72	0,06	5.398	\$ 322,39	0,06	5.508	\$ 338,85
Botones	0,06	4.624	\$ 260,28	0,06	4.718	\$ 273,55	0,06	4.814	\$ 287,51	0,06	4.912	\$ 302,18
Sierre	0,23	3.030	\$ 682,22	0,23	3.092	\$ 717,10	0,24	3.156	\$ 753,95	0,25	3.220	\$ 792,36
Hilo m.	0,0016	280.052	\$ 445,47	0,002	285.783	\$ 468,25	0,002	291.628	\$ 492,19	0,002	298.948	\$ 519,71
Total	0,40		\$ 2.263,36	0,41		\$2.379,06	0,43		\$ 2.500,81	0,44		\$2.630,79

Elaborado por: La autora

Tabla N° 104

Insumos

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Valor de Insumos	\$ 1.857,70	\$ 1.950,90	\$ 2.051,02	\$ 2.152,92	\$ 2.263,36	\$ 2.379,06	\$ 2.500,81	\$ 2.630,79

Fuente: Cuadro N° 102 y 103

Elaborado por: La autora

5.3.1.3.2 Materiales indirectos

Los rubros establecidos en esta sección son las agujas de máquina, tiza sastre y papel molde materiales necesarios para la elaboración de las prendas, así como las fundas plásticas en donde se entregará el producto al cliente.

Tabla N° 105

Materiales indirectos

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Agujas de maquina	\$ 39,00	\$ 40,17	\$ 41,38	\$ 42,62	\$ 43,91	\$ 45,22	\$ 46,58	\$ 47,98
Tiza sastre	\$ 6,00	\$ 6,18	\$ 6,37	\$ 6,56	\$ 6,75	\$ 6,96	\$ 7,17	\$ 7,38
Papel Molde	\$ 300,00	\$ 309,02	\$ 318,31	\$ 327,88	\$ 337,73	\$ 347,88	\$ 358,34	\$ 369,11
Fundas plásticas	\$ 239,50	\$ 246,70	\$ 254,12	\$ 261,75	\$ 269,62	\$ 277,73	\$ 286,08	\$ 294,67
Total	\$ 584,50	\$ 602,07	\$ 620,17	\$ 638,81	\$ 658,01	\$ 677,79	\$ 698,17	\$ 719,15

Elaborado por: La autora

5.3.1.3.3 Energía Eléctrica

Este rubro se tomó en cuenta debido a su gran incidencia en el proceso productivo de las prendas.

Tabla N° 106

Servicio de energía eléctrica

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	\$ 88,25	\$ 1.059,00

Fuente: Funcionario de la empresa eléctrica.

Elaborado por: La autora

Tabla N° 107

Proyección del servicio de energía eléctrica

CIF	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Energía Eléctrica	\$1.059,00	\$1.090,83	\$1.123,62	\$1.157,40	\$1.192,19	\$1.228,03	\$1.264,94	\$1.302,97

Fuente: Funcionario de la empresa eléctrica.

Elaborado por: La autora

5.3.1.3.4 Materiales de confección

Los materiales que se mencionan son necesarios para el trazado y cortado de las prendas. La tasa de inflación promedio de los últimos seis años es del 3,01%.

Tabla N° 108

Materiales para la confección

Detalle	Valor Total Año 0
Juego de Reglas	\$ 14,00
Tijera Grande	\$ 38,00
Cinta Métrica	\$ 3,90
Total	\$ 55,90

Fuente: Proveedores de la Ciudad.

Elaborado por: La autora

Tabla N° 109

Proyección de los materiales para la confección

Detalle	Año 1	Año 4	Año 7
Juego de Reglas	\$ 14,00	\$ 14,47	\$ 14,85
Tijera Grande	\$ 38,00	\$ 39,28	\$ 40,32
Cinta Métrica	\$ 3,90	\$ 4,03	\$ 4,14
Total	\$ 55,90	\$ 57,79	\$ 59,31

Fuente: Proveedores de la Ciudad.

Elaborado por: La autora

Se adquirirá estos materiales en periodos diferentes ya que pueden ser susceptibles de desgaste.

5.3.1.3.5 Mantenimiento de maquinaria

La maquinaria necesita de un chequeo semestral según las manifestaciones del Sr. Patricio Villarreal, quien realiza mantenimiento a maquinas industriales por más de 4 años.

Tabla N° 110

Mantenimiento de maquinaria

Detalle	Total Semestral	Total Anual
Maquinaria	\$ 250,00	\$ 500,00
Aceite Gl.	\$ 18,00	\$ 36,00
Total	\$ 268,00	\$ 536,00

Elaborado por: La autora

Tabla N° 111

Mantenimiento de maquinaria

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Maquina	\$500,00	\$515,03	\$ 530,51	\$546,46	\$ 562,89	\$ 579,81	\$ 597,23	\$ 615,19
Aceite Gl.	\$36,00	\$37,08	\$ 38,20	\$ 39,35	\$ 40,53	\$ 41,75	\$ 43,00	\$ 44,29
Total	\$536,00	\$552,11	\$ 568,71	\$ 585,80	\$ 603,41	\$ 621,55	\$ 640,24	\$ 659,48

Fuente: Sr. Patricio Villarreal

Elaborado por: La autora

5.3.1.4 Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Tabla N° 112

Resumen de CIF

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Insumos	\$.857,70	\$.950,90	\$.051,02	\$.152,92	\$ 2.263,36	\$ 2.379,06	\$ 2.500,81	\$2.630,79
Materiales Indirectos	\$ 584,50	\$ 602,07	\$ 620,17	\$ 638,81	\$ 658,01	\$ 677,79	\$ 698,17	\$ 719,15
Energía Eléctrica	\$ 1.059,00	\$ 1.090,83	\$ 1.123,62	\$ 1.157,40	\$ 1.192,19	\$ 1.228,03	\$ 1.264,94	\$ 1.302,97
Materiales de Confección	\$ 55,90			\$ 57,58			\$ 59,31	
Mantenimiento de Maquinaria	\$ 536,00	\$ 552,11	\$ 568,71	\$ 585,80	\$ 603,41	\$ 621,55	\$ 640,24	\$ 659,48
Total CIF	\$ 4.093,10	\$ 4.195,91	\$ 4.363,52	\$ 4.592,51	\$ 4.716,98	\$ 4.906,43	\$ 5.163,47	\$ 5.312,39

Fuente: Cuadro N° 104 al 111

Elaborado por: La autora

5.3.2 Resumen de costos de producción

Tabla N° 113

Resumen de los costos de producción

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Materia Prima	\$ 54.281,56	\$ 56.970,10	\$ 59.905,26	\$ 62.838,60	\$ 66.062,47	\$ 69.458,32	\$ 73.026,32
Mano de obra Directa	\$ 38.201,77	\$ 40.358,21	\$ 42.636,38	\$ 45.043,15	\$ 47.585,77	\$ 50.271,93	\$ 53.109,71
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 4.093,10	\$ 4.195,91	\$ 4.363,52	\$ 4.592,51	\$ 4.716,98	\$ 4.906,43	\$ 5.163,47
Depreciación Gasto	\$ 1.484,33	\$ 1.484,33	\$ 1.484,33	\$ 1.514,33	\$ 1.514,33	\$ 1.516,49	\$ 1.533,21
Total	\$ 98.060,77	\$ 103.008,55	\$ 108.389,50	\$ 113.988,59	\$ 119.879,56	\$ 126.153,17	\$ 132.832,70

Fuente: Cuadro N° 99,101, 104, 115 y 112

Elaborado por: La autora

5.3.3 Gastos Administrativos

En esta parte del estudio se contemplan los gastos relacionados con la dirección y control del proyecto, como son los sueldos del área administrativa, suministros de oficina, materiales de aseo, servicios básicos, mantenimiento del equipo de computación, gasto organización, depreciaciones y amortizaciones.

5.3.3.1 Sueldos Administrativos

Es esta sección se establecerán los rubros del administrador y la secretaria quien colaborará en el aseo y limpieza de la empresa.

Tabla N° 114

Sueldos administrativos

Cargo	Salario Mensual	Anual
Administrador	\$ 391,69	\$ 4.700,28
Contador	\$ 388,20	\$ 4.658,40
Total	\$ 779,89	\$ 9.358,68

Elaborado por: La autora

Tabla N° 115

Proyección de sueldos

Detalle	%	Proyecciones							
		Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Salario		\$ 9.358,68	\$.886,97	\$10.445,07	\$ 1.034,68	\$11.657,58	\$12.315,63	\$ 3.010,83	\$.745,28
Aporte Patronal	12,15 %	\$ 1.137,08	\$1.201,27	\$ 1.269,08	\$ 1.340,71	\$ 1.416,40	\$ 1.496,35	\$ 1.580,82	\$1.670,05
Décimo tercero	12ava parte	\$ 779,89	\$ 823,91	\$ 870,42	\$ 919,56	\$ 971,46	\$ 1.026,30	\$ 1.084,24	\$1.145,44
Décimo Cuarto	SBU	\$ 750,00	\$ 792,34	\$ 837,06	\$ 884,31	\$ 934,23	\$ 986,97	\$ 1.042,68	\$1.101,54
Fondos de Reserva	8,33%	\$ 779,58	\$ 823,58	\$ 870,07	\$ 919,19	\$ 971,08	\$ 1.025,89	\$ 1.083,80	\$1.144,98
Vacaciones	24ava	\$ 389,95	\$ 411,96	\$ 435,21	\$ 459,78	\$ 485,73	\$ 513,15	\$ 542,12	\$ 572,72
Total		\$ 3.195,17	\$13.940,02	\$14.726,92	\$ 15.558,23	\$16.436,48	\$17.364,29	\$ 18.344,49	\$19.380,01

Fuente: Código sectorial y código de trabajo

Elaborado por: La autora

5.3.3.2 Suministros de Oficina

Se ha contemplado los rubros necesarios para poner en marcha el proyecto que se encuentran previamente detallados en el capítulo cuatro en el cuadro número 84, para las proyecciones se utilizó la tasa de inflación del 3,01% anual en los precios.

Tabla N° 116

Suministros

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Suministros de Oficina	\$ 21,30	\$ 355,65

Elaborado por: La autora

Tabla N° 117

Proyección de los suministros a utilizar

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Suministros de Oficina	\$ 355,65	\$ 366,34	\$ 377,35	\$ 388,70	\$ 400,38	\$ 412,42	\$ 424,81	\$ 437,58

Fuente: Papelerías de la Ciudad

Elaborado por: La autora

5.3.3.3 Materiales de Aseo

Los materiales de aseo son necesarios para la presencia del negocio, el mantenimiento del local será realizado por los funcionarios de cada área.

Tabla N° 118

Suministros de aseo

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materiales de Aseo	\$ 26,16	\$ 313,92

Elaborado por: La autora

Tabla N° 119

Proyección de los suministros de aseo

Detalle	Año 2017	Año 2018	Proyecciones					
			Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Escobas	\$ 4,80	\$ 4,94	\$ 5,09	\$ 5,25	\$ 5,40	\$ 5,57	\$ 5,73	\$ 35,49
Trapeadores	\$ 4,60	\$ 4,74	\$ 4,88	\$ 5,03	\$ 5,18	\$ 5,33	\$ 5,49	\$ 11,15
Guantes	\$ 3,80	\$ 3,91	\$ 4,03	\$ 4,15	\$ 4,28	\$ 4,41	\$ 4,54	\$ 15,21
Ambiental 2L	\$ 8,75	\$ 19,31	\$19,89	\$20,49	\$21,11	\$21,74	\$22,40	\$ 16,73
Fundas de Basura de 30"x36" PG.	230,40	\$237,33	\$244,46	\$251,81	259,38	\$267,17	275,21	\$ 26,80
Papel Higiénico rolo	\$ 9,75	\$ 10,04	\$ 10,34	\$ 10,66	10,98	\$11,31	11,65	\$ 8,87
Basurero	\$39,00	\$ 40,17	\$ 41,38	\$ 42,62	\$43,91	\$45,22	46,58	\$ 9,12
Recogedor	\$ 2,82	\$ 2,90	\$ 2,99	\$ 3,08	\$ 3,17	\$ 3,27	\$ 3,37	\$ 4,56
Total	313,92	\$323,36	\$333,08	\$343,09	353,40	\$364,03	374,97	\$ 72,24

Fuente: Gran Aki

Elaborado por: La autora

5.3.3.4 Servicios Básicos

En esta sección se proyectará los servicios básicos como energía eléctrica, agua, teléfono e internet. Las proyecciones se realizaron con la tasa promedio inflacionaria del 3,01%, para los precios.

Tabla N° 120

Servicios básicos

Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	\$ 18,40	\$ 220,80
Agua Potable	\$ 12,00	\$ 144,00
Teléfono línea comercial	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet	\$ 18,00	\$ 216,00
Total	\$ 60,40	\$ 724,80

Elaborado por: La autora

Tabla N° 121

Proyección de servicios básicos

Detalle	Proyecciones						
	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Luz		\$ 227,44	\$ 234,27	\$ 241,32	\$ 248,57	\$ 256,04	\$ 263,74
Agua	\$ 220,80	\$ 148,33	\$ 152,79	\$ 157,38	\$ 162,11	\$ 166,98	\$ 172,00
Teléfono línea comercial	\$ 144,00	\$ 148,33	\$ 152,79	\$ 157,38	\$ 162,11	\$ 166,98	\$ 172,00
Internet	\$ 216,00	\$ 222,49	\$ 229,18	\$ 236,07	\$ 243,17	\$ 250,48	\$ 258,01
Total	\$ 724,80	\$ 746,59	\$ 769,03	\$ 792,15	\$ 815,96	\$ 840,49	\$ 865,75

Fuente: Empresas Públicas.

Elaborado por: La autora

5.3.3.5 Mantenimiento del Equipo de Cómputo

Es indispensable realizar un mantenimiento del equipo de cómputo, ya que en él se almacenará toda la información relacionada con el giro del negocio. Para la proyección se aplicó la tasa de inflación promedio del 3,01%.

Tabla N° 122

Mantenimiento del equipo de cómputo del proyecto

Detalle	Valor Trimestral	Valor Anual
Computador todo en uno	30	\$ 120,00
Impresora	15	\$ 60,00
Total	45	\$ 180,00

Elaborado por: La autora

Tabla N° 123

Proyección del valor de mantenimiento del equipo de cómputo

Detalle	Proyecciones							
	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Computador todo en uno	\$ 23,61	\$ 127,32	\$ 131,15	\$ 135,09	\$ 139,15	\$ 143,34	\$ 147,65	\$ 152,08
Impresora	\$ 61,80	\$ 63,66	\$ 65,58	\$ 67,55	\$ 69,58	\$ 71,67	\$ 73,82	\$ 76,04
Total	\$ 185,41	\$ 190,98	\$ 196,73	\$ 202,64	\$ 208,73	\$ 215,00	\$ 221,47	\$ 228,12

Elaborado por: La autora

5.3.4 Gasto Organización

En este rubro se contempla los valores del notario, registro de la propiedad, permiso de construcción y patente, necesarios para implementar el proyecto, las cuales se encuentran detallados en el capítulo cuarto del presente estudio.

Tabla N° 124

Gasto organización

Detalle	Costo
Gastos de Constitución	\$ 1.375,73
Total	\$ 1.375,73

Elaborado por: La autora

5.3.5 Depreciaciones y Amortizaciones

5.3.5.1 Depreciaciones

Las depreciaciones se las realizó a los activos fijos del proyecto debido a su pérdida de valor a través del tiempo, el método utilizado es de línea recta, con el 10% de la inversión como valor residual, como se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla N° 125

Depreciaciones

Detalle	Valor	Valor de salvamento	Años	Depreciación Mensual	Depreciación Anual
Maniqués	\$ 399,20	\$ 39,92	5,00	\$ 5,99	\$ 71,86
Reinversión de maniqués	\$ 411,20	\$ 41,12	5,00	\$ 6,17	\$ 74,02
Planta	\$ 12.500,00	\$ 1.250,00	20,00	\$ 46,88	\$ 562,50
Maquinaria	\$ 3.600,00	\$ 360,00	10,00	\$ 27,00	\$ 324,00
Muebles y Enseres	\$ 1.485,00	\$ 148,50	10,00	\$ 11,14	\$ 133,65
Equipo de computación	\$ 1.555,26	\$ 155,53	3,00	\$ 38,88	\$ 466,58
Reinversión Equipo de Computación	\$ 1.655,26	\$ 165,53	3,00	\$ 41,38	\$ 496,58
Reinversión Equipo de Computación	\$ 1.705,02	\$ 170,50	3,00	\$ 42,63	\$ 511,51
Total	\$ 23.310,94	\$ 2.331,09		\$ 220,06	\$ 2.640,68

Elaborado por: La autora

Tabla N° 126

Proyección de depreciaciones

Detalle	Depreciación anual							
	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Maniqués	\$ 71,86	\$ 71,86	\$ 71,86	\$ 71,86	\$ 71,86			
Reinversión de maniqués						\$ 74,02	\$ 74,02	\$ 74,02
Planta	\$ 562,50	\$ 562,50	\$ 562,50	\$ 562,50	\$ 562,50	\$ 562,50	\$ 562,50	\$ 562,50
Maquinaria	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00
Muebles y Enseres	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65
Equipo de computación	\$ 466,58	\$ 466,58	\$ 466,58					
Reinversión								
Equipo de Computación				\$ 496,58	\$ 496,58	\$ 496,58		
Reinversión								
Equipo de Computación							\$ 511,51	\$ 511,51
Total								

Elaborado por: La autora

Tabla N° 127

Resumen de depreciaciones

Detalle	Depreciación	
	Costo	Gasto
Maniqués	\$ 71,86	\$ 0,00
Planta	\$ 562,50	\$ 0,00
Maquinaria	\$ 324,00	\$ 0,00
Muebles y Enseres	\$ 0,00	\$ 133,65
Equipo de computación	\$ 466,58	\$ 0,00
Total	\$ 1.424,93	\$ 133,65
Reinversión		
Maniqués	\$ 74,02	
Equipo de computación	\$ 496,58	
Equipo de computación	\$ 511,51	
Total Reinversión	\$ 1.082,10	
Total	\$ 2.507,03	\$ 133,65

Elaborado por: La autora

5.3.5.2 Amortizaciones

Las amortizaciones se realizaron a los gastos de constitución y los imprevistos.

Tabla N° 128

Amortizaciones

Detalle	Valor	Amortización Anual				
		Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Gasto Constitución	\$ 1.375,73	\$ 275,15	\$ 275,15	\$ 275,15	\$ 275,15	\$ 275,15
Remodelación	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Imprevistos	\$ 211,89	\$ 42,38	\$ 42,38	\$ 42,38	\$ 42,38	\$ 42,38
Total	\$ 3.087,62	\$ 617,52	\$ 617,52	\$ 617,52	\$ 617,52	\$ 617,52

Elaborado por: La autora

5.3.6 Resumen de gastos administrativos

En el siguiente cuadro se muestra el resumen de las proyecciones realizadas como gastos administrativos

Tabla N° 129

Resumen de gastos administrativos

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Sueldos	\$ 13.195,17	\$ 13.940,02	\$ 14.726,92	\$ 15.558,23	\$ 16.436,48	\$ 17.364,29	\$ 18.344,49	\$ 19.380,01
Suministros de Oficina	\$ 355,65	\$ 366,34	\$ 377,35	\$ 388,70	\$ 400,38	\$ 412,42	\$ 424,81	\$ 437,58
Materiales de Aseo	\$ 313,92	\$ 323,36	\$ 333,08	\$ 343,09	\$ 353,40	\$ 364,03	\$ 374,97	\$ 386,24
Servicios Básicos	\$ 724,80	\$ 746,59	\$ 769,03	\$ 792,15	\$ 815,96	\$ 840,49	\$ 865,75	\$ 891,78
Mantenimiento del Equipo de Computo	\$ 180,00	\$ 185,41	\$ 190,98	\$ 196,73	\$ 202,64	\$ 208,73	\$ 215,00	\$ 221,47
Gastos Pre operativos	\$ 275,15	\$ 275,15	\$ 275,15	\$ 275,15	\$ 275,15	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Imprevistos	\$ 42,38	\$ 42,38	\$ 42,38	\$ 42,38	\$ 42,38	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciaciones	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65	\$ 133,65
Total CIF	\$ 15.220,72	\$ 16.012,89	\$ 16.848,54	\$ 17.730,07	\$ 18.660,03	\$ 19.323,60	\$ 20.358,67	\$ 21.450,73

Fuente: Cuadros 114 al 128

Elaborado por: La autora

5.3.7 Gastos de venta

Es esta sección se compone por los rubros de sueldos del personal, arriendo, transporte y publicidad, directamente relacionados con las ventas.

5.3.7.1 Sueldos del personal de ventas

Son los desembolsos que realiza la empresa al personal que labora en el local comercial atendiendo a los clientes.

Tabla N° 130

Sueldos de ventas

	Cargo	Salario Mensual	Salario Anual
	Vendedor	\$ 384,59	\$ 4.615,08
Total		\$ 773,06	\$ 9.276,72

Fuente: Código sectorial y código de trabajo

Elaborado por: La autora

Tabla N° 131

Proyección de remuneraciones y beneficios adicionales

Detalle	%	Proyecciones							
		Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Salario		\$ 4.610,76	\$ 4.871,03	\$ 5.145,99	\$ 5.436,48	\$ 5.743,36	\$ 6.067,57	\$ 6.410,07	\$ 6.771,91
Aporte Patronal	12,15%	\$ 560,21	\$ 591,83	\$ 625,24	\$ 660,53	\$ 697,82	\$ 737,21	\$ 778,82	\$ 822,79
Décimo tercero	12ava parte	\$ 384,23	\$ 405,92	\$ 428,83	\$ 453,04	\$ 478,61	\$ 505,63	\$ 534,17	\$ 564,33
Décimo Cuarto	SBU	\$ 375,00	\$ 396,17	\$ 418,53	\$ 442,16	\$ 467,12	\$ 493,48	\$ 521,34	\$ 550,77
Fondos de Reserva	8,33%	\$ 384,23	\$ 405,92	\$ 428,83	\$ 453,04	\$ 478,61	\$ 505,63	\$ 534,17	\$ 564,32
Vacaciones	24ava	\$ 192,12	\$ 202,96	\$ 214,42	\$ 226,52	\$ 239,31	\$ 252,82	\$ 267,09	\$ 282,16
Total		\$ 6.506,54	\$ 6.873,83	\$ 7.261,85	\$ 7.671,77	\$ 8.104,83	\$ 8.562,34	\$ 9.045,67	\$ 9.556,28

Fuente: Código de trabajo

Elaborado por: La autora

5.3.7.2 Gasto arriendo

El arriendo se designará para la comercialización del producto en el centro comercial EURO con un valor mensual de 250,00 dólares. La tasa de inflación promedio utilizada es la del 3,01%.

Tabla N° 132

Arriendo del local

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo del Local	\$ 250,00	\$ 3.000,00

Elaborado por: La autora

Tabla N° 133

Proyección del arriendo del local

Detalle	Proyecciones							
	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Arriendo del Local	3.000,00	3.090,18	3.183,07	3.278,75	3.377,31	3.478,84	3.583,41	\$ 3.691,13
Total	3.000,00	3.090,18	3.183,07	3.278,75	3.377,31	3.478,84	3.583,41	\$ 3.691,13

Fuente: Centro comercial EURO

Elaborado por: La autora

5.3.7.3 Gasto Transporte

El transporte será utilizado para trasladar las materia prima del punto de adquisición así a la fábrica así como también para transportar la mercadería al punto de venta.

Tabla N° 134

Transporte

Detalle	Viajes mensual	Valor del flete	Valor mensual	Total anual
Fletes	8	\$ 20,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00

Elaborado por: La autora

Tabla N° 135

Proyecciones del transporte

Detalle	Años Proyectados							
	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Transporte	\$1.977,72	\$ 2.037,17	\$ 2.098,40	\$ 2.161,48	\$ 2.226,45	\$ 2.293,38	\$ 2.362,32	\$2.433,33

Elaborado por: La autora

5.3.7.4 Gasto publicidad

En esta sección se detalla el importe que se pagará para dar a conocer el producto a la sociedad.

Tabla N° 136

Publicidad

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Volantes	\$ 100,00	\$ 600,00
Página Web	\$ 16,25	\$ 195,00
Total		\$ 795,00

Elaborado por: La autora

Tabla N° 137

Proyección de publicidad

Detalle	Proyecciones							
	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Volantes	\$ 618,04	\$ 636,61	\$ 655,75	\$ 675,46	\$ 695,77	\$ 716,68	\$ 738,23	\$ 760,42
Página Web	\$ 200,86	\$ 206,90	\$ 213,12	\$ 219,53	\$ 226,12	\$ 232,92	\$ 239,92	\$ 247,14
Total	\$ 818,90	\$ 843,51	\$ 868,87	\$ 894,99	\$ 921,89	\$ 949,60	\$ 978,15	\$ 1.007,55

Fuente: Imprenta OFFSET

Elaborado por: La autora

5.3.7.5 Gasto Promoción

Para que la empresa se pueda dar a conocer se ha propuesto realizar promociones en fechas importantes como es el día de la madre y navidad.

Tabla N° 138

Promoción

Detalle	Cant.	Precio	Valor total
Blusa seda	1	26,00	\$ 26,00
Falda Micro stretch sofía	1	26,00	\$ 26,00

Elaborado por: La autora

Tabla N° 139

Proyecciones de la promoción

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Promoción	\$ 53,00	\$ 55,00	\$ 57,00	\$ 59,00	\$ 61,00	\$ 63,00	\$ 65,00	\$ 67,00

Elaborado por: La autora

5.3.8 Resumen de Gastos de Venta

Tabla N° 140

Resumen de gastos de ventas

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Sueldos	\$ 6.506,54	\$ 6.873,83	\$ 7.261,85	\$ 7.671,77	\$ 8.104,83	\$ 8.562,34	\$ 9.045,67	\$ 9.556,28
Gasto Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.090,18	\$ 3.183,07	\$ 3.278,75	\$ 3.377,31	\$ 3.478,84	\$ 3.583,41	\$ 3.691,13
Gasto transporte	\$ 1.920,00	\$ 1.977,72	\$ 2.037,17	\$ 2.098,40	\$ 2.161,48	\$ 2.226,45	\$ 2.293,38	\$ 2.362,32
Gasto Publicidad	\$ 795,00	\$ 818,90	\$ 843,51	\$ 868,87	\$ 894,99	\$ 921,89	\$ 949,60	\$ 978,15
Gasto Promoción	\$ 53,00	\$ 55,00	\$ 57,00	\$ 59,00	\$ 61,00	\$ 63,00	\$ 65,00	\$ 67,00
Remodelación del local	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00			
Total	\$ 12.574,54	\$ 13.115,62	\$ 13.682,60	\$ 14.276,79	\$ 14.899,61	\$ 15.252,52	\$ 15.937,06	\$ 16.654,88

Fuente: Cuadros del 130 al 139

Elaborado por: La autora

5.3.9 Gastos Financieros

En este elemento se detalla el valor del crédito necesario para cubrir los gastos que generará el proyecto, el crédito se solicitará al Banco Internacional, quien ofrece la tasa del 11,83% anual, con pagos trimestrales y cuotas fijas.

5.3.9.1 Amortización de la deuda

Tabla N° 141

Datos del préstamo

Detalle	Valor
Monto	\$ 20.000,00
# de pagos al año	4
# de cuotas	28
Tasa de interés	11,83%
Tasa periódica	0,028346753
Cuota	\$ 1.044,43

Elaborado por: La autora

Tabla N° 142

Tabla de amortización de la deuda

N cuota	Capital	Valor cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	\$ 20.000,00	\$ 1.044,43	\$ 566,94	\$ 477,50	\$ 19.522,50
2	\$ 19.522,50	\$ 1.044,43	\$ 553,40	\$ 491,04	\$ 19.031,47
3	\$ 19.031,47	\$ 1.044,43	\$ 539,48	\$ 504,95	\$ 18.526,51
4	\$ 18.526,51	\$ 1.044,43	\$ 525,17	\$ 519,27	\$ 18.007,24
5	\$ 18.007,24	\$ 1.044,43	\$ 510,45	\$ 533,99	\$ 17.473,25
6	\$ 17.473,25	\$ 1.044,43	\$ 495,31	\$ 549,12	\$ 16.924,13
7	\$ 16.924,13	\$ 1.044,43	\$ 479,74	\$ 564,69	\$ 16.359,44
8	\$ 16.359,44	\$ 1.044,43	\$ 463,74	\$ 580,70	\$ 15.778,74
9	\$ 15.778,74	\$ 1.044,43	\$ 447,28	\$ 597,16	\$ 15.181,58
10	\$ 15.181,58	\$ 1.044,43	\$ 430,35	\$ 614,09	\$ 14.567,50
11	\$ 14.567,50	\$ 1.044,43	\$ 412,94	\$ 631,49	\$ 13.936,00
12	\$ 13.936,00	\$ 1.044,43	\$ 395,04	\$ 649,39	\$ 13.286,61
13	\$ 13.286,61	\$ 1.044,43	\$ 376,63	\$ 667,80	\$ 12.618,81
14	\$ 12.618,81	\$ 1.044,43	\$ 357,70	\$ 686,73	\$ 11.932,08
15	\$ 11.932,08	\$ 1.044,43	\$ 338,24	\$ 706,20	\$ 11.225,88
16	\$ 11.225,88	\$ 1.044,43	\$ 318,22	\$ 726,22	\$ 10.499,66

17	\$ 10.499,66	\$ 1.044,43	\$ 297,63	\$ 746,80	\$ 9.752,86
18	\$ 9.752,86	\$ 1.044,43	\$ 276,46	\$ 767,97	\$ 8.984,88
19	\$ 8.984,88	\$ 1.044,43	\$ 254,69	\$ 789,74	\$ 8.195,14
20	\$ 8.195,14	\$ 1.044,43	\$ 232,31	\$ 812,13	\$ 7.383,01
21	\$ 7.383,01	\$ 1.044,43	\$ 209,28	\$ 835,15	\$ 6.547,86
22	\$ 6.547,86	\$ 1.044,43	\$ 185,61	\$ 858,82	\$ 5.689,04
23	\$ 5.689,04	\$ 1.044,43	\$ 161,27	\$ 883,17	\$ 4.805,87
24	\$ 4.805,87	\$ 1.044,43	\$ 136,23	\$ 908,20	\$ 3.897,66
25	\$ 3.897,66	\$ 1.044,43	\$ 110,49	\$ 933,95	\$ 2.963,72
26	\$ 2.963,72	\$ 1.044,43	\$ 84,01	\$ 960,42	\$ 2.003,29
27	\$ 2.003,29	\$ 1.044,43	\$ 56,79	\$ 987,65	\$ 1.015,64
28	\$ 1.015,64	\$ 1.044,43	\$ 28,79	\$ 1.015,64	\$ 0,00
	\$ 99.187,29	\$ 29.244,17	\$ 9.244,17	\$ 20.000,00	\$ 306.110,37

Fuente: Banco Internacional

Elaborado por: La autora

Tabla N° 143

Gastos financieros

Detalle	Años proyectados						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Interés	\$ 2.184,98	\$ 1.949,24	\$ 1.685,61	\$ 1.390,79	\$ 1.061,09	\$ 692,39	\$ 280,07
Total	\$ 2.184,98	\$ 1.949,24	\$ 1.685,61	\$ 1.390,79	\$ 1.061,09	\$ 692,39	\$ 280,07

Fuente: Tabla de amortización

Elaborado por: La autora

5.4 Resumen de costos y gastos

Tabla N° 144

Resumen de costos y gastos

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Costos de Producción	\$ 98.001,37	\$ 102.949,15	\$ 108.330,10	\$ 113.929,19	\$ 119.820,16	\$ 126.093,77	\$ 132.771,52	\$ 139.650,83
Gastos Administrativos	\$ 15.220,72	\$ 16.012,89	\$ 16.848,54	\$ 17.730,07	\$ 18.660,03	\$ 19.323,60	\$ 20.358,67	\$ 21.450,73
Gastos de venta	\$ 12.574,54	\$ 13.115,62	\$ 13.682,60	\$ 14.276,79	\$ 14.899,61	\$ 15.252,52	\$ 15.937,06	\$ 16.654,88
Gastos Financieros	\$ 2.184,98	\$ 1.949,24	\$ 1.685,61	\$ 1.390,79	\$ 1.061,09	\$ 692,39	\$ 280,07	\$ 0,00
Total	\$ 127.981,60	\$ 134.026,90	\$ 140.546,84	\$ 147.326,84	\$ 154.440,89	\$ 161.362,28	\$ 169.347,33	\$ 177.756,44

Fuente: Cuadros 113, 129, 140 y 143
Elaborado por: La autora

5.5 Estados proforma

5.5.1 Estado de situación inicial

En el presente estado muestra los activos, pasivos y patrimonio que tiene la empresa de una manera ordena, para facilitar la comprensión del lector.

Tabla N° 145

EMPRESA "FEMMETEX"
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
Al año 0 con proyección a 10 años
(Expresado en dólares de estados unidos de norte américa)

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		\$ 10.838,23
Capital de Trabajo	\$ 10.838,23	
ACTIVOS FIJOS		\$ 23.139,46
Terreno	\$ 3.600,00	
Edificación	\$ 12.500,00	
Maniqués	\$ 399,20	
Maquinaria	\$ 3.600,00	
Equipo de Computación	\$ 1.555,26	
Muebles y Enseres	\$ 1.485,00	
ACTIVO DIFERIDO		\$ 2.875,73
Gasto Constitución	\$ 2.875,73	
TOTAL ACTIVOS		<u>\$ 36.853,42</u>
PASIVO		
PASIVO LARGO PLAZO		
Préstamo Bancario por Pagar	\$ 20.000,00	
TOTAL PASIVO		\$ 20.000,00
PATRIMONIO		
Inversión Propia	\$ 16.853,42	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 16.853,42
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>\$ 36.853,42</u>

Elaborado por: La autora

5.5.2 Estado de resultados integrales

Es un estado que muestra los movimientos de dinero que realiza la empresa de una manera ordenada y sirve para conocer la situación financiera de la misma, es decir como obtuvo la utilidad o pérdida del ejercicio.

Para el presente estudio no aplica el cálculo del impuesto a la renta debido a que la empresa es persona natural y debe estar sujeta a la siguiente tabla:

Tabla N° 146

Tabla para el cálculo de impuesto a la renta IR

Fracción básica	Exceso hasta	Imp. A la Frac. Básica	% Imp. A la frac. Exce
0,00	11.290,00	0,00	
11.290,00	14.390,00	0,00	5%
14.390,00	17.990,00	155,00	10%
17.990,00	21.600,00	515,00	12%
21.600,00	43.190,00	948,00	15%
43.190,00	64.770,00	4.187,00	20%
64.770,00	86.370,00	8.503,00	25%
86.370,00	115.140,00	13.903,00	30%
115.140,00	En adelante	22.534,00	35%

Fuente: Servicio de Rentas Internas SRI

Elaborado por: La autora

Como podemos ver la utilidad no sobrepasa la fracción básica es por esta razón que no se procede al cálculo de impuesto a la renta.

Tabla N° 147

EMPRESA "FEMMETEX"
ESTADO DE RESULTADOS
Al año 0 con proyección a 10 años
(Expresado en miles de dólares de nortea américa)

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ventas Netas	\$ 135.598,00	\$ 143.093,00	\$ 151.043,00	\$ 158.976,00	\$ 167.446,00	\$ 176.169,00	\$ 185.170,00	\$ 194.520,00
- Costos de Producción	\$ 98.001,37	\$ 102.949,15	\$ 108.330,10	\$ 113.929,19	\$ 119.820,16	\$ 126.093,77	\$ 132.771,52	151.630,53
= Utilidad Bruta en ventas	\$ 37.596,63	\$ 40.143,85	\$ 42.712,90	\$ 45.046,81	\$ 47.625,84	\$ 50.075,23	\$ 52.398,48	42.889,47
- Gastos de Administración	\$ 15.220,72	\$ 16.012,89	\$ 16.848,54	\$ 17.730,07	\$ 18.660,03	\$ 19.323,60	\$ 20.358,67	21.440,24
- Gastos de Ventas	\$ 12.574,54	\$ 13.115,62	\$ 13.682,60	\$ 14.276,79	\$ 14.899,61	\$ 15.252,52	\$ 15.937,06	\$ 16.654,88
= Utilidad en Operaciones	\$ 9.801,38	\$ 11.015,34	\$ 12.181,77	\$ 13.039,95	\$ 14.066,20	\$ 15.499,11	\$ 16.102,75	16.774,05
- Gastos Financieros (Intereses)	\$ 2.184,98	\$ 1.949,24	\$ 1.685,61	\$ 1.390,79	\$ 1.061,09	\$ 692,39	\$ 280,07	\$ 0,00
= Utilidad neta Antes Participación Trabajadores	\$ 7.616,40	\$ 9.066,10	\$ 10.496,16	\$ 11.649,16	\$ 13.005,11	\$ 14.806,72	\$ 15.822,67	16.774,05
- 15% PT	\$ 1.142,46	\$ 1.359,91	\$ 1.574,42	\$ 1.747,37	\$ 1.950,77	\$ 2.221,01	\$ 2.373,40	2.516,11
= Utilidad Neta Antes de IR	\$ 6.473,94	\$ 7.706,18	\$ 8.921,74	\$ 9.901,79	\$ 11.054,34	\$ 12.585,71	\$ 13.449,27	14.257,94
IR	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 35,47	\$ 72,10	102,88
= Utilidad neta	\$ 6.473,94	\$ 7.706,18	\$ 8.921,74	\$ 9.901,79	\$ 11.054,34	\$ 12.550,24	\$ 13.377,17	14.155,07

Elaborado por: La autora

5.5.3 Flujo de Caja

Es un estado en el que muestra las entradas y salidas de dinero, descontando los rubros que no movieron dinero, para obtener el flujo neto de caja.

Tabla N° 148

EMPRESA FEMMETEX
ESTADO DE EFLUJO DE EFECTIVO
Al Año 0 con proyección a 10 años

(Expresado en dólares de estados unidos de norte américa)

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
= Utilidad Neta		\$ 6.473,94	\$ 7.706,18	\$ 8.921,74	\$ 9.901,79	\$ 11.054,34	\$ 12.550,24	\$ 13.377,17	\$14.155,07
+ Depreciaciones		\$ 1.424,93	\$ 1.424,93	\$ 1.424,93	\$ 1.454,93	\$ 1.454,93	\$ 1.457,09	\$ 1.472,02	\$ 1.472,02
+ Amortizaciones	\$ (3.087,62)	\$ 617,52	\$ 617,52	\$ 617,52	\$ 617,52	\$ 617,52	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- Inversiones	\$ 36.853,42)				-1655,26		-411,20	-1705,02	
+ Crédito	\$ 20.000,00								
- Capital de Trabajo	-10352,85								
- Amortizaciones del préstamo		\$ (1.992,76)	\$ (2.228,50)	\$ (2.492,13)	\$ (2.786,95)	\$ 3.116,65)	\$ (3.485,35)	\$ (3.897,66)	\$ -
+ Valor de Rescate									\$10.655,93
FLUJO DE CAJA NETO	-36853,42	6.523,64	7.520,14	8.472,06	7.532,03	10.010,15	10.110,79	9.246,51	26.283,02

Elaborado por: La autora

El flujo de caja muestra los ingresos reales del proyecto y la capacidad que tiene la empresa para crear dinero y poder cumplir con sus obligaciones dentro de un periodo determinado

5.6 Evaluación de la inversión

5.6.1 Costo de oportunidad

El Costo de oportunidad o costo económico es un indicador que muestra el valor de la mejor alternativa que el inversionista está dispuesto a renunciar para poner en marcha un proyecto.

Para el cálculo tenemos una tasa activa de 11,83% que corresponde al préstamo, y una tasa de interés pasiva del 5,08% que corresponde al capital propio.

Tabla N° 149

Costo de oportunidad

Detalle	Valor	%	Tasa de Ponderación	Tasa Ponderada
Capital Propio	\$ 16.853,42	46%	5,08	2,3231
Financiado	\$ 20.000,00	54%	11,83	6,4200
Total	\$ 36.853,42	100%		8,7432
Costo de Oportunidad				8,7432

Fuente: Banco Internacional

Elaborado por: La autora

El proyecto reporta una tasa de rendimiento del 8,74% de ser financiado con una tasa activa del 11,83% correspondiente al préstamo, lo que indica que el proyecto reportará una tasa mayor a la que pagaría una institución financiera en una inversión, por lo que es conveniente realizar la inversión.

5.6.2 Tasa de Rendimiento medio TRM

Formula

$$\text{TRM} = ((1+\text{CK}) * (1 + \text{INF})) - 1$$

Donde:

TRM= Tasa de rendimiento medio

CK= Costo de Capital

INF= Inflación

CK= 8,74%

INF= 3,01%

$$\text{TRM} = ((1+\text{CK}) * (1 + \text{INF})) - 1$$

$$\text{TRM} = ((1+0,0874) * (1 + 0,0301)) - 1$$

$$\text{TRM} = (1,1201) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,1201$$

El proyecto espera obtener un rendimiento medio del 12,01%, sobre el total de la inversión, esta supera en 6,93% a la tasa pasiva de la institución financiera que es del 5.08% por lo que es factible el proyecto.

5.6.3 Valor Actual Neto VAN

Es un indicador que mide el valor del dinero en tiempo presente, se calcula sobre los flujos descontados durante su vida útil, con la tasa de rendimiento medio, el VAN es

aceptado cuando es mayor a cero, si el van obtenido es negativo es conveniente no invertir en el proyecto.

La tasa pasiva es del 5,08% obtenida del Banco Central del Ecuador

Fórmula para el cálculo del valor actual neto

$$VAN = -P + \frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^2} + \frac{FNC}{(1+i)^3} + \frac{FNC}{(1+i)^4} + \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Donde:

P= Inversión Inicial

FNC= Flujos Netos de Caja

i= 12,01%

Tabla N° 150

Flujos de caja

AÑO	FLUJOS NETOS EFECTIVOS	FLUJOS ACTUALIZADOS 12,01%
Año 0	-\$ 36.853,42	-\$ 36.853,42
Año 1	\$ 6.523,64	\$ 5.824,05
Año 2	\$ 7.520,14	\$ 5.993,73
Año 3	\$ 8.472,06	\$ 6.028,31
Año 4	\$ 7.532,03	\$ 4.784,70
Año 5	\$ 10.010,15	\$ 5.676,99
Año 6	\$ 10.110,79	\$ 5.119,15
Año 7	\$ 9.246,51	\$ 4.179,52
Año 8	\$ 26.283,02	\$ 10.606,19
Total		\$ 48.212,65

Elaborado por: La autora

$$VAN = -P + \sum \frac{FNE}{(1+r)^1}$$

$$\text{VAN} = -\$ 36.853,42 + \$ 48.212,65$$

$$\text{VAN} = \$ 11.359,23$$

El valor actual neto se obtuvo restando la inversión inicial de \$36.853,42 de la suma de los flujos futuros de \$ 48.212.65, obtenidos a una tasa de descuento del 12,01%, alcanzando un VAN de \$ 11.359,23, como podemos ver es mayor a cero por lo que se recomienda implementar el proyecto ya que crearía nuevas plazas de trabajo además el inversionista recuperaría la inversión y obtendría la rentabilidad esperada.

5.6.4 Tasa Interna de Retorno TIR

Es un indicador financiero que ayuda a evaluar la rentabilidad esperada en la inversión en porcentaje, cuanto mayor sea la tasa interna de retorno más atractivo es el proyecto.

Tabla N° 151

Flujos de caja

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO NETOS	FLUJOS AL 12,01% ACTUALIZADOS	FLUJOS ACTUALIZADOS A LA TASA DEL 18,82%
Año 0	-\$ 36.853,42	-\$ 36.853,42	-\$ 36.853,42
Año 1	\$ 6.523,64	\$ 5.824,05	\$ 5.490,35
Año 2	\$ 7.520,14	\$ 5.993,73	\$ 5.326,56
Año 3	\$ 8.472,06	\$ 6.028,31	\$ 5.050,34
Año 4	\$ 7.532,03	\$ 4.784,70	\$ 3.778,80
Año 5	\$ 10.010,15	\$ 5.676,99	\$ 4.226,62
Año 6	\$ 10.110,79	\$ 5.119,15	\$ 3.592,92
Año 7	\$ 9.246,51	\$ 4.179,52	\$ 2.765,36
Año 8	\$ 26.283,02	\$ 10.606,19	\$ 6.615,44
Total		\$ 48.212,65	\$ 36.846,39
VAN		\$ 11.359,23	-\$ 7,03

Elaborado por: La autora

La fórmula para el cálculo del TIR es:

$$TIR = Tasa\ Inf + (Tasa\ Sup - Tasa\ Inf) \frac{VAN\ Tasa\ Inf}{VAN\ Tasa\ Inf - VAN\ Tasa\ Sup}$$

$$TIR = 0,1201 + (0,1882 - 0,1201) \frac{11.359,23}{11.359,23 - (-7,03)}$$

$$TIR = 0,1201 + (0,0681)(0,9994)$$

$$TIR = 0,1201 + 0,06805$$

$$TIR = 0,1881$$

El TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea cero, en el estudio el TIR obtenido es de 18,81% supera la tasa de rendimiento medio del 12,01% en 6,8% lo que es favorable para el proyecto, ya que es la tasa a la cual la suma de los flujos sea igual a la inversión, existiendo una rentabilidad interna superior a la tasa de descuento que tolera la empresa.

5.6.5 Relación costo Beneficio

El análisis costo beneficio o índice neto de rentabilidad es un indicador que mide la relación entre los costos y los ingresos del proyecto, para conocer el valor del beneficio a recibir por cada dólar invertido.

Tabla N° 152

Relación costo beneficio

Ingresos	Factor (i)	Flujos Actualizados Ingresos	Costo	Costo Actualizados
-36853,42	1	-36853,42		
\$ 135.651,00	0,970817	\$ 131.692,33	\$ 127.978,72	\$ 124.243,95
\$ 143.148,00	0,942486	\$ 134.915,00	\$ 134.023,21	\$ 126.315,02
\$ 151.100,00	0,914982	\$ 138.253,74	\$ 140.542,26	\$ 128.593,61
\$ 159.035,00	0,888280	\$ 141.267,62	\$ 147.321,29	\$ 130.862,56

\$ 167.507,00	0,862358	\$ 144.450,93	\$ 154.434,27	\$ 133.177,56
\$ 176.232,00	0,837192	\$ 147.539,95	\$ 161.291,49	\$ 135.031,88
\$ 185.235,00	0,812760	\$ 150.551,61	\$ 169.273,25	\$ 137.578,53
\$ 194.520,00	0,789041	\$ 153.484,34	\$ 177.740,04	\$ 140.244,26
Total		\$ 1.105.302,10		\$ 1.056.047,37

Elaborado por: La autora

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1 + i)^n}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\$ 1.105.302,10}{\$ 1.056.047,37}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = 1,05$$

Para conocer el beneficio que devolverá el estudio se debe dividir los ingresos traídos a valor presente que es de \$ 1.105.302,10, para la suma de los egresos expresados en valor actual de \$ 1.056.047,37, el resultado obtenido es de 1,05 lo cual significa que los 0,05 centavos de dólar obtendrá el inversionista como ganancia por cada dólar invertido en el proyecto, si el resultado que se hubiese obtenido fuera menor a 1, no se aceptaría la implementación de la empresa, debido a que generaría pérdidas.

5.6.6 Periodo de recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación es el tiempo en el cual se va a reembolsar la inversión inicial, en el estudio se encuentra expresado en años, para el cálculo se suman los flujos netos de cada año hasta recuperan su inversión inicial.

Tabla N° 153

Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	Total de la Inversión	Flujo Neto	Recuperación de Capital	Tiempo	
0	-36853,42				
1		\$ 6.523,64	\$ 5.824,05	1	Año
2		\$ 7.520,14	\$ 5.993,73	2	Año
3		\$ 8.472,06	\$ 6.028,31	3	Año
4		\$ 7.532,03	\$ 4.784,70	4	Año
5		\$ 10.010,15	\$ 5.676,99	5	Año
6		\$ 10.110,79	\$ 5.119,15	6	Año
7		\$ 9.246,51	4.179,52	7	Año
8		\$ 26.283,02	\$ 10.606,19	3	semanas y 2 días
Total			\$ 48.212,65		

Fuente: Flujo de Caja
Elaborado por: La autora

Se espera recuperar el capital en 7 años, 3 semanas y 2 días aproximadamente, lo cual es favorecedor para el estudio debido a que se recuperará la inversión inicial.

5.6.7 Punto de Equilibrio

Es un indicador donde los ingresos cubren los costos incurridos en el giro del negocio, es decir no existe utilidad ni pérdida. A medida que los ingresos se incrementen existirá utilidad o ganancia para el proyecto.

Formula:

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

Donde:

PE\$= Punto de Equilibrio en Dólares

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

IT= Ingresos Totales

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

$$PE\$ = \frac{\$ 22.975,75}{1 - \frac{\$ 105.002,97}{\$ 135.651,00}}$$

$$PE\$ = \$ 101.692,79$$

Para calcular el punto de equilibrio se hará uso de las siguientes variables, costos fijos totales de \$ 22.975,75, costos variables totales de \$105.002,97, e ingresos totales de \$ 135.651,00, que posteriormente se reemplazan en la fórmula y obtenemos un punto de equilibrio de \$ 101.692,79 dólares, es decir cuando los ingresos y gastos lleguen a este valor la empresa cubrirá las obligaciones contraídas con terceros, no obtendrá ganancia o lucro para el inversionista.

Tabla N° 154

Punto de equilibrio en unidades

DESCRIPCIÓN		CANT.	% DE PE	VALOR PE \$	PRECIO POR UNIDAD	PE UNIDADES
Ternos con falda	Gabardina y Micro stretch	130	3,04%	\$ 3.096,03	62,00	50
	Seda y Tafeta	130	3,04%	\$ 3.096,03	61,00	51
Ternos con pantalón	Gabardina y Micro stretch	130	3,04%	\$ 3.096,03	64,00	48
	Seda y Tafeta	130	3,04%	\$ 3.096,03	66,00	47
Pantalón	Micro stretch sofía	346	8,10%	\$ 8.240,21	27,00	305
	Tafeta	346	8,10%	\$ 8.240,21	27,00	305
Vestido	Micro stretch sofía	346	8,10%	\$ 8.240,21	31,00	266
	Chiffon	346	8,10%	\$ 8.240,21	29,00	284
	Randa	346	8,10%	\$ 8.240,21	32,00	258
Blusa	Seda	735	17,21%	\$ 17.504,50	27,00	648
	Dacrón	735	17,21%	\$ 17.504,50	25,00	700

Falda	Micro stretch sofia	275	6,44%	\$ 6.549,30	26,00	252
	Crepelip	275	6,44%	\$ 6.549,30	25,00	262
Total		4270	100%	\$ 101.692,79		3476

Elaborado por: La autora

5.7 Resumen de evaluadores financieros

Tabla N° 155

Resumen de indicadores

Indicador	Criterio de Evaluación	Valor	Resultado
Costo de Oportunidad		8,74	Factible
Tasa de Rendimiento Medio	TRM	12,01%	Aceptable
Valor Actual Neto	VAN > 0	\$ 11.359,23	Proyecto rentable
Tasa Interna de Retorno	TIR > TRM	18,81%	Inversión aceptable
Costo Beneficio	R C/B > 1	\$ 1,05	Rentable
Periodo de Recuperación de Inversión		7 Años , 3 semanas y 2 días	
Punto de Equilibrio		\$ 101.692,79	
Punto de equilibrio en unidades		3.476	unidades

Elaborado por: La autora

Mediante los indicadores expuestos en el cuadro anterior se puede ver que el costo de oportunidad del 8,74% representa el rendimiento de \$ 16.853,42 que el propietario decidirá invertir, se puede ver que el porcentaje es mayor con 3,66% veces más que la tasa que oferta una institución financiera. La tasa de rendimiento medio representa un porcentaje al cual la inversión soportará para mantenerse en marcha, un porcentaje menor generaría pérdidas para la empresa. Otro indicador es el VAN que mide la rentabilidad en valores monetarios, después de recuperada la inversión inicial que en el estudio es de

\$ 11.359,23 por lo que es conveniente realizar la inversión, ya que si el van fuese negativo se recomendaría no invertir en el proyecto. Otro indicador que ayuda a medir la rentabilidad es el TIR este lo hace de manera porcentual, en el proyecto se obtuvo una tasa interna de retorno de 18,81%, con relación a un TRM de 8,74%, obteniendo un TIR descontado del 10,07%, lo que hace que sea atractivo para el inversionista, ya que si el TIR fuese menor a la tasa de rendimiento medio sería conveniente desistir de la inversión. El periodo en el cual se espera recuperar la inversión es de 7 años, 3 semanas y 2 días con una producción anual de 3.476 unidades.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Objetivo general

Elaborar una propuesta de estructura organizacional que contenga misión, visión, organigrama estructural y funciones propuestas con el fin de garantizar la buena marcha del proyecto.

6.2 Objetivos estratégicos

- Conquistar el mercado local con la calidad del producto y la atención al cliente, en el menor tiempo posible para obtener estabilidad y poder generar rentabilidad.
- Incrementar el nivel de ventas, optimizando costos y tiempo.
- Utilizar adecuadamente talento humanos y financieros para el eficiente funcionamiento.
- Ofertar a los clientes vestuarios innovadores acorde a los requerimientos del mercado local.

6.3 Presentación

La estructura de la empresa será de carácter industrial debido a que la empresa se dedicará a la transformación de la materia prima en producto terminado listo para ser adquirido por la sociedad.

La finalidad de la creación de la empresa es de ofrecer a la población femenina una amplia gama de diseños, colores y tallas, para su elección. El proyecto será de carácter familiar, que se dedicará a producir y comercializar prendas de vestir

6.4 Nombre y razón social

El nombre de la empresa será **“FEMMETEX”** ya que estará dedicada a la producción y comercialización de ropa formal para Damas

Las siglas **“FEMMETEX”** están compuestas por femme que significa mujer en francés y tex de la palabra textil. Esto representa la esencia de la mujer a la hora de vestir, es una persona llena de sentimientos que lo expresa en su forma de ser y vestir. El nombre seleccionado será la marca con la cual se lanzará el producto al mercado

6.5 Eslogan

El eslogan seleccionado por la autora es de **“MUJER AUTÉNTICA & DIVINA”** que representa el significado de la mujer, la elegancia, sencillez, y sentimientos que se encuentran expresados en la forma de vestir.

6.6 Logotipo

Es la representación gráfica que simbolizará a la empresa, está diseñada por el nombre comercial de la empresa y eslogan por el cual se identificará el proyecto.



Gráfico N 43 Logo de la empresa FEMMETEX

Elaborado por: La autora

6.7 Misión

“**FEMMETEX**” empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa formal para mujeres en la ciudad de Ibarra, buscando impulsar la industria textil, mediante la implementación de talento humano capacitado, para ofrecer una atención personalizada ofertando productos de calidad, a precios razonables, que cumplan con las expectativas de los posibles clientes.

6.8 Visión

“**FEMMETEX**”, en el año 2022, será una empresa líder y reconocida por la población femenina de la ciudad de Ibarra, en la producción y comercialización de ropa formal, suministrando productos de calidad, con diseños innovadores de un estilo elegante y creativo.

6.9 Valores estratégicos

- ✓ **Compañerismo:** Se debe fomentar en la empresa ya que la mayor parte del tiempo serán compañeros de trabajo y deberán construir buenas relaciones, para poder conseguir las metas proyectadas.
- ✓ **Lealtad:** De parte de los empleados hacia la empresa y los clientes para esperar fidelidad de parte de los clientes.
- ✓ **Honestidad:** hacia los empleados y los clientes promoviendo la verdad como instrumento básico para generar compañerismo y credibilidad.
- ✓ **Transparencia empresarial:** es realizar las acciones con honestidad e informar a la sociedad sobre sus actividades comerciales y financieras.

- ✓ **Respeto:** en la empresa es establecer privacidad entre sus miembros, sin violentar los derechos propios de cada individuo.
- ✓ **Calidad:** se ve reflejado en la capacidad que tiene bien para satisfacer las necesidades, ya que la empresa deberá poner todo su trabajo para ofertar un producto de excelencia.
- ✓ **Puntualidad:** Exigencia de respeto hacia los compañeros de trabajo en el tiempo de llegada y salida de la empresa, y hacia los proveedores y clientes en general
- ✓ **Comunicación:** Es un valor fundamental que se promueve en la empresa con todos sus miembros esperando que exista una comunicación fluida.

6.10 Principios

Son regla generales que orientan o norman la conducta humana ayudando a convivir en sociedad.

- ✚ **Honradez:** En la empresa es hablar con la verdad, sin omitir detalles que pudieran ser importantes en el momento que se comunica de las decisiones tomadas.
- ✚ **Servicio al cliente:** atención que se ofrece a los clientes para resolver los inconvenientes que se presenten a la hora de adquirir un bien o servicio.
- ✚ **Trabajo en equipo:** promueve las relaciones laborales entre el personal que labora, llegando a tener un ambiente de trabajo positivo que beneficia a la empresa.
- ✚ **Eficiencia:** Es el cumplimiento de las actividades propuestas, de manera asertiva es decir la utilización de los recursos con relación a las metas alcanzadas en el proyecto.

✚ **Eficacia:** en un proyecto se puede definir a la capacidad de alcanzar las metas y objetivos en el menor tiempo posible.

✚ **Responsabilidad:** Es el cumplimiento de las actividades que le han sido asignadas, o bien la capacidad del poder de decisión frente a un inconveniente.

6.11 Políticas empresariales

Se puede definir con un marco de reglas que establece la empresa para el correcto funcionamiento de la misma.

Clientes

- El cliente podrá medirse la prenda siempre y cuando no lo manche ni lo rompa, de ser el caso deberá cancelarlo.
- Podrá realizar una segregación de las prendas con un valor del 10% del precio de venta, el plazo para poder retirarla será de 7 días hábiles, transcurrido ese tiempo la prenda volverá a la percha para ser vendida.
- Salida la mercadería tiene un lapso de 12 horas para cualquier reclamo o cambio, este servicio se realizará siempre y cuando presenta la factura del establecimiento.
- Al momento de cancelar exija su factura con datos, por el valor cancelado.

Proveedores

- Deberán entregar en buenas condiciones la mercadería, sin violentar los sellos de seguridad, como lo especifique en la factura.

- La entrega de mercadería deberá ser realizada en las condiciones previamente pactadas y en el lugar y hora establecida.

Entidad

- ❖ Atención personalizada a los clientes, la entrega se realizará en orden de pedido o llegada.
- ❖ Realización de convenios con los proveedores de materia prima e insumos, para garantizar la calidad y cumplimiento de entrega.
- ❖ Brindar una remuneración justa de acuerdo a la ley al personal que labora en la empresa, brindando estabilidad laboral.

Personal

- Cuidar los materiales de trabajo que le han sido asignados, así como optimizar los desperdicios en materia prima e insumos.
- Las remuneraciones y beneficios adicionales se establecerán de acuerdo a cargo que desempeña.
- Los miembros de la empresa deberán cumplir con los principios y valores de la empresa.
- Se considerará atraso al llegar 5 minutos después de la hora establecida.

6.12 Estructura administrativa

6.12.1 Organigrama estructural

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, en donde se encuentran claramente definidas los niveles jerárquicos, líneas

de comunicación. Es importante ya que nos ayudará a detectar las fallas administrativas u operaciones que puedan ocasionarse.

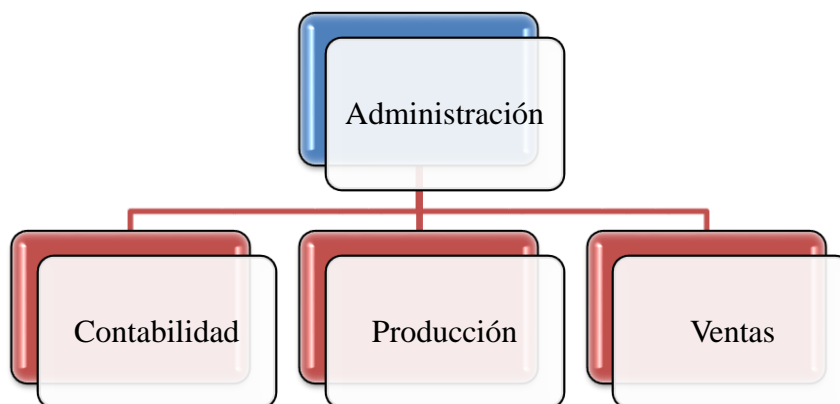


Ilustración 12 Organigrama estructural

Elaborado por: La autora

6.13 Estructura funcional

Muestra los niveles organizacionales que tiene la empresa en su organigrama, este está formado verticalmente desde la parte menor hasta la parte superior.

Nivel ejecutivo

Contempla el cargo del administrador propietario de la empresa, quien es el encargado de supervisar las áreas de producción y comercialización, es la persona que lidera al grupo, toma decisiones encaminadas al cumplimiento de los objetivos, además es el representante legal de la empresa y da cumplimiento con lo que establece la ley

Nivel de apoyo

En este nivel se encuentra la secretaria quien será la persona encargada de suministrar información relacionada con la producción, además llevará los registros contables con la finalidad de elaborar los estados financieros para la toma de decisiones. En la parte tributaria se realizará las declaraciones mensualmente como lo establece el

Servicio de Rentas Internas SRI, se llevará el control de roles de pago del personal, para el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS.



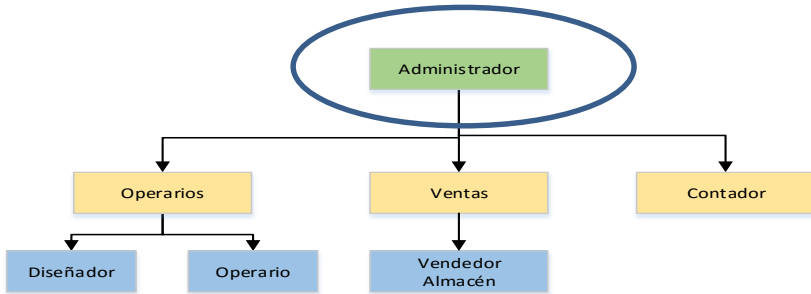
Nivel operativo

En este nivel se encuentran los operarios quienes son los encargados de la producción de las prendas de vestir, así como sus acabados y control de calidad, además se entregará la custodia de la maquinaria para evitar el deterioro de las mismas, el aseo de las instalaciones se realizará de manera conjunta entre el personal que labora.



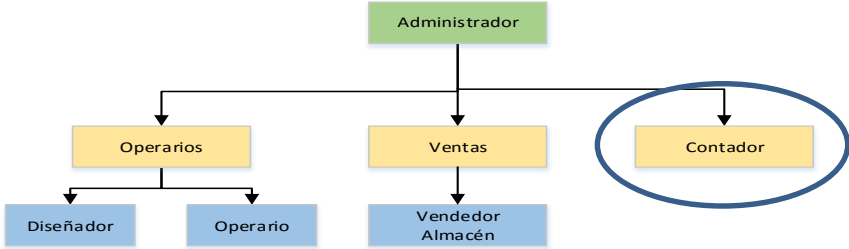
Ventas: en esta área laborará una persona quien será la responsable de la comercialización de las prendas de vestir, además será quien suministre materia prima e insumos para su elaboración, estará encargada de la publicidad, y cuidará el buen nombre de la empresa.

6.14 Manual de funciones


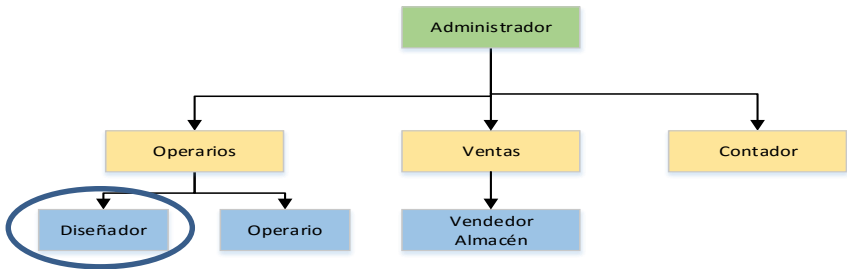
Administrador

 
<p>Identificación del cargo</p> <p>Nombre del cargo: Administrador</p> <p>Área: Administrativa</p> <p>Nivel: Ejecutivo</p> <p>Reporta a: Gerente</p> <p>Supervisa a: Todo el personal que labora en la empresa así como también su patrimonio.</p>
<p>Perfil Profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título en Administración o Contabilidad o carreras afines. ➤ Experiencia mínima de 2 a 3 años ➤ Disponibilidad de tiempo <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar reglamentariamente a la empresa ✓ Planificar metas de corto y largo plazo, que sean reales de conseguir. ✓ Organizar a la empresa de tal forma que optimice tiempo y recursos. ✓ Monitorear al personal que labora en la empresa y hacer que cumpla con sus funciones asignadas. ✓ Supervisar a las diferentes áreas para verificar que cuenten con recursos necesarios para realizar las tareas delegadas. ✓ Vigilar las entradas y salidas de dinero. ✓ Elaborar y presentar los estados financieros. <p>Competencias:</p> <p>Liderazgo y trabajo en equipo</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Creatividad</p>
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --> Operarios[Operarios] Admin --> Ventas[Ventas] Admin --> Contador[Contador] Operarios --> Diseñador[Diseñador] Operarios --> Operario[Operario] Ventas --> Vendedor[Vendedor Almacén] </pre>


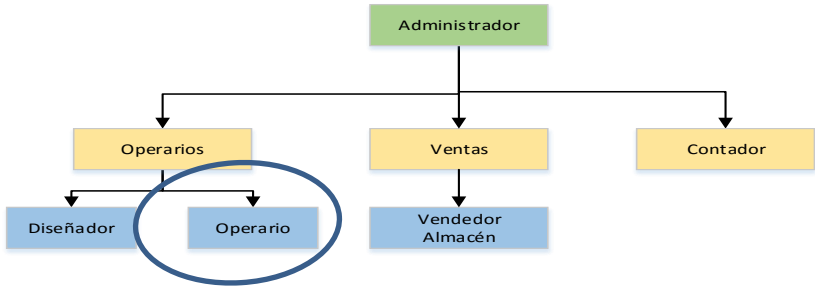
Contador

 
<p style="text-align: center;">Identificación del cargo</p> <p>Nombre del cargo: Contador Área: Administrativa Nivel: Apoyo Reporta a: Administrador Supervisa a: Operarios</p>
<p>Perfil Profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en contabilidad y secretariado • Experiencia mínima de 1 año • Disponibilidad de tiempo completo <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar con los proveedores ➤ Registrar y archivar correctamente de manera sistemática los documentos de la empresa. ➤ Realizar las nóminas y su cancelación ➤ Realizar el pago a los proveedores. ➤ Realizar informes y reposición de Caja chica ➤ Realizar la toma de inventarios de los bienes de la empresa. ➤ Despacho y recepción de materia prima e insumos. ➤ Despacho y recepción de las prendas y atender a los clientes. <p>Competencias: Iniciativa propia Acostumbrado a trabajar bajo presión. Trabajo en equipo</p>
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --> Operarios[Operarios] Admin --> Ventas[Ventas] Admin --> Contador[Contador] Operarios --> Diseñador[Diseñador] Operarios --> Operario[Operario] Ventas --> Vendedor[Vendedor Almacén] style Contador stroke:#0000FF,stroke-width:2px </pre>


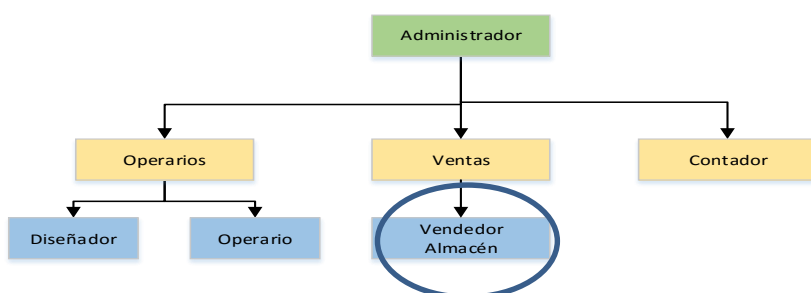
Diseñador

	“FEMMETEX”
Identificación del cargo	
<p>Nombre del cargo: Diseñador Área: Producción- Diseño Nivel: Operativo Reporta a: Administrador Supervisa a: Operarios</p> <p>Perfil Profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título en Diseño de modas ➤ Experiencia mínima de 2 años en diseño de modas. ➤ Disponibilidad de tiempo <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar los modelos que se confeccionarán de acuerdo a las exigencias del mercado local. • Realizar diseños novedosos y atractivos para mujeres. • Elaborar patrones en papel. • Elaborar el logotipo del producto y sus especificaciones para el cuidado de la prenda. • Toma de medidas a los clientes, en caso de requerirlo. <p>Competencias: Trabajo en equipo Responsabilidad Creatividad Iniciativa personal.</p>	
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --> Operarios[Operarios] Admin --> Ventas[Ventas] Admin --> Contador[Contador] Operarios --> Diseñador[Diseñador] Operarios --> Operario[Operario] Ventas --> Vendedor[Vendedor Almacén] style Admin fill:#90EE90 style Operarios fill:#FFD700 style Ventas fill:#FFD700 style Contador fill:#FFD700 style Diseñador fill:#ADD8E6,stroke:#0000FF,stroke-width:2px style Operario fill:#ADD8E6 style Vendedor fill:#ADD8E6 </pre>	

Operario

	“FEMMETEX”
Identificación del cargo	
<p>Nombre del cargo: Operario</p> <p>Área: Producción</p> <p>Nivel: Operativo</p> <p>Reporta a: Administrador</p> <p>Supervisa a:</p> <p>Perfil Profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título en la rama de corte y confección ➤ Experiencia mínima de 2 años en la elaboración de prendas de vestir. ➤ Disponibilidad de tiempo ➤ Conocimiento en maquinaria industrial. <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de las prendas de vestir. ✓ Realizar el pedido de materia prima e insumos cuando requiera de ellos. ✓ Controlar el stock de materia prima e insumos. ✓ Examinar que los acabados sean de calidad. ✓ Almacenamiento del producto terminado. <p>Competencias:</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Creatividad</p> <p>Iniciativa personal.</p>	
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --> Operarios[Operarios] Admin --> Ventas[Ventas] Admin --> Contador[Contador] Operarios --> Diseñador[Diseñador] Operarios --> Operario[Operario] Ventas --> Vendedor[Vendedor Almacén] </pre>	

Vendedor

	<h1>“FEMMETEX”</h1>
Identificación del cargo	
Nombre del cargo: Vendedor de almacén Área: Ventas Nivel: Operativo Reporta a: Administrador Supervisa a:	
Perfil Profesional: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de bachiller ➤ Experiencia mínima de 2 años en ventas. ➤ Disponibilidad de tiempo ➤ Conocimientos básicos en computación. 	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Vender las prendas a los clientes. • Mostrar amabilidad y cordialidad en la atención al cliente. • Ejecutar campañas de publicidad para la comercialización del producto. • Realizar el registro de las ventas • Reportar en un informe las ventas diarias que realiza. • Realizar el pedido del producto a la empresa. • Abastecimiento de materia prima e insumos. 	
Competencias: Actitud positiva en el trabajo. Responsabilidad en el manejo de efectivo Capacidad de convencimiento Iniciativa personal.	
 <pre> graph TD Administrador[Administrador] --> Operarios[Operarios] Administrador --> Ventas[Ventas] Administrador --> Contador[Contador] Operarios --> Diseñador[Diseñador] Operarios --> Operario[Operario] Ventas --> VendedorAlmacen[Vendedor Almacén] style VendedorAlmacen stroke:#0000FF,stroke-width:2px </pre>	

6.15 Aspectos legales

6.15.1 Base legal

La empresa unipersonal o persona natural que de acuerdo con el Código Civil (Libro I) en el Art. 41 manifiesta que,

“Son personas todos los individuos de la especie humana, cualesquiera que sean su edad, sexo o condición. Divídense en ecuatorianos y extranjeros”

6.15.2 Domicilio

Estará ubicada en la parroquia de San Antonio en la ciudadela Gustavo Pareja, en las calles Pompillos y Mideros.

6.15.3 Objeto

El objeto de la creación de la empresa es satisfacer las necesidades de un grupo de personas que se encuentran insatisfechas con el producto existente en el mercado, ya sea por el producto o por la atención brindada al cliente.

6.16 Requisitos para el funcionamiento

Los requisitos necesarios para poner en funcionamiento la empresa son:

Registro Único de Contribuyentes RUC

Para la obtención del ruc necesita de los siguientes requisitos

- Original y copia de la cedula y papeleta de votación
- Copia de la planilla de luz o agua
- En caso de ser arrendatario llevar la copia del contrato de arriendo.

Patente Municipal

- ✓ Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación
- ✓ Original y copia del RUC.
- ✓ Recibo del último pago del impuesto predial.
- ✓ En caso de ser arrendatario llevar el formulario de uso de suelo.

Permiso de bomberos

- Original y Copia de la cedula de ciudadanía
- Original de la papeleta de votación
- Copia de la planilla de luz, agua o teléfono del lugar de la actividad económica.

Numero Patronal

- ✓ Contrato de trabajo inscritos en el Ministerio de Relaciones Laborales
- ✓ Cedula de identidad del representante de la empresa.
- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Una vez ejecutado los trámites se procede a la afiliación en el IESS a todos sus trabajadores.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Presentación

Es importante conocer los posibles efectos positivos o negativos que generará el proyecto en su ejecución, para ello se elaborará la matriz de impactos para cada uno de ellos.

7.2 Herramientas de validación

Para evaluar los impactos es necesario establecer los parámetros con los que se evaluarán y el puntaje que se asignará a cada uno de ellos como se muestra a continuación en el cuadro.

Tabla N° 156

Escala de medición de impactos

Evaluación Cualitativa	Valoración Cuantitativa
Impacto alto Negativo	-3
Impacto medio Negativo	-2
Impacto bajo Negativo	-1
No hay impacto	0
Impacto bajo Negativo	1
Impacto medio Negativo	2
Impacto alto Negativo	3

Elaborado por: La autora

Para obtener el nivel de incidencia se aplicará la siguiente fórmula

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{N}^\circ \text{ total de Indicadores}}$$

Se considera que de 1 a 3 si es positivo es favorable y de -1 a -3 es negativo desfavorable o si fuera 0 indicará que es indiferente es decir ni favorece ni desfavorece al proyecto.

7.3 Aspectos considerados importantes en el proyecto

Los impactos que se consideran importantes para el proyecto de elaboración de ropa formal para damas son:

- ✓ Impacto Económico
- ✓ Impacto Social
- ✓ Impacto Ambiental
- ✓ Impacto Comercial

7.3.1 Impacto Económico

Tabla N° 157

Impacto económico

Factores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ventas Directas							X	3
Cientes Satisfechos						X		2
Precios accesibles						x		2
Creación de nuevas plazas de trabajo							X	3
Total						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{\sum\ valor\ de\ Imdicadores}{N^{\circ}\ total\ de\ Indicadores} = \frac{10}{4} = 2,5$$

El impacto económico generaría un valor de 2,5 que es medio positivo, lo que sería beneficioso para el proyecto ya que mediante la inversión se crearían nuevas fuente de trabajo y por ende obtendrán ingresos para las familias de la zona donde se ubicará el

proyecto, además se atenderá a una pequeña parte de la población con el producto que ofrece la empresa.

- **Ventas Directas:** Se valoró con 3 positivo debido a que se conocería más de cerca los gustos y preferencias de los clientes, ofertando productos se vayan acorde a las tendencias de ellos.
- **Clientes Satisfechos:** Se valoró con 2 medio positivo ya que al obtener clientes satisfechos se puede decir que la empresa está cumpliendo con las expectativas que tiene el cliente.
- **Precios accesibles:** Se valoró con 2 que es medio positivo ya que los precios que se ofertan a los posibles clientes son asequibles para los demandantes.
- **Creación de nuevas plazas de trabajo:** La valoración es de 3 alto positivo ya que se creará plazas de trabajo.

7.3.2 Impacto Social

Tabla N° 158

Impacto social

Factores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Atención al Cliente de manera personalizada							x	3
Trabajo en equipo						x		2
Mejoramiento de la calidad de vida						x		2
Estabilidad laboral						x		2
Total						6	3	9

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{N}^\circ \text{ total de Indicadores}} = \frac{9}{4} = 2,3$$

En nivel de impacto social en el proyecto será de 2,3 que es medio positivo a causa de que el estudio plantea ofrecer plazas de trabajo y con ello la estabilidad laboral que

dará una progreso a su calidad de vida, otro factor es el de incentivar el trabajo en equipo para el fortalecimiento de la empresa.

- ❖ **Atención al cliente de manera personalizada:** ya que es un factor importante para conocer más de cerca los gustos y preferencias del consumidor y poder satisfacerlas, otra de las razones es que cordialidad y amabilidad a la hora de ofertar el producto influye para la adquisición del mismo.
- ❖ **Trabajo en equipo:** se ha valorado con 2, medio positivo debido que es factor importante en una empresa pero a la vez muy difícil de lograrlo, del trabajo que se realice en grupo dependerá el crecimiento empresarial.
- ❖ **Mejoramiento de la calidad de vida:** se ha dado un valor de 2, medio positivo a causa de que se ofertará plaza de trabajo y con ello la estabilidad laboral que ayudará a mejorar la calidad de vida del personal que labora en la empresa.
- ❖ **Estabilidad laboral:** Se ha dado el valor de 2, medio positivo de acuerdo a las buenas relaciones laborales que mantenga con la empresa y el compromiso al cumplimiento de las actividades encomendadas, la entidad ofrecerá la estabilidad laboral.

7.3.3 Impacto Ambiental

Tabla N° 159

Impacto ambiental

Factores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Clasificación de Desechos		x						-2
Reciclaje de Residuos		x						-2
Ruido de Maquinaria					x			1
Emisión de gases tóxicos					x			1
Total		-4			2			-2

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{N}^\circ \text{ total de Indicadores}} = \frac{-2}{4} = -0,5$$

El impacto ambiental tendrá un incidencia de -0,5 es decir no hay impacto ambiental debido a que la empresa preservará el medio ambiente mediante el reciclaje de los desperdicios que generará la fábrica.

- ✓ **Clasificación de desechos:** se ha valorado con -2, medio negativo ya que la empresa realizará la clasificación de los desechos para poder reutilizarlos en su mayoría y así ayudar al medio ambiente, así como también se preservara el uso excesivo de papel de parte del área administrativa.
- ✓ **Reciclaje de residuos:** Se ha dado un valor de -2 medio negativo a medida que la empresa realizará la reclasificación con la finalidad de aprovechar al máximo la materia prima ya que se puede vender los retazos de tela o hacer guaipe si fuera el caso.
- ✓ **Ruido de maquinaria:** Se valoró con 1 bajo positivo debido a que la maquinaria que utilizará la empresa será industrial por lo que el ruido que emite es moderado.
- ✓ **Emisión de gases tóxicos:** Se ha valorado con 1 bajo positivo debido a que la maquinaria que se adquirirá será amigable con el ambiente y no emitirá gases tóxicos que afecten al medio ambiente.

7.3.4 Impacto Comercial

Tabla N° 160

Impacto comercial

Factores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Productos de calidad							X	3
Atención al cliente							X	3
Innovación en el producto						X		2
Total								8

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{N}^\circ \text{ total de Indicadores}} = \frac{8}{3} = 2,7$$

El impacto comercial se encuentra en 3, alto positivo debido a que el proyecto ofrecerá productos innovadores de calidad que cumplan con las necesidades de los posibles clientes además con atención diferenciada se espera captar muchos clientes.

- ❖ **Productos de calidad:** se valoró con 3, alto positivo debido a que los productos que se ofertarán cumplirán con los estándares de calidad para así poder competir en el mercado local.
- ❖ **Atención al cliente:** Se otorgó el valor de 3, alto positivo porque se ofrecerá incentivos al vendedor para que realice las ventas con cordialidad y amabilidad.
- ❖ **Innovación en el producto:** Se valoró con 2, medio positivo debido a que el producto será innovado de acuerdo a la temporada, para poder cubrir las necesidades de los posibles clientes.

7.4 Impacto General

Tabla N° 161

Impacto general

Factores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Económico						X		2
Impacto Social						X		2
Impacto Ambiental			x					-1
Impacto Comercial							x	3
Total								8

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{valor de Indicadores}}{\text{N}^\circ \text{ total de Indicadores}} = \frac{8}{4} = 2,0$$

Una vez realizado el análisis de los impactos que se efectuarán con la implementación del proyecto podemos ver que tendrá una incidencia de medio positivo siendo favorable para la empresa, la afectación que ocasionaría el estudio sería mitigable con prácticas medio ambientales si fuera el caso.

CONCLUSIONES

1. Luego de haber realizado el análisis, se evidencia los aliados como proveedores de materia prima, oportunidades como alta demanda de ropa de mujeres, además se ha realizado el diagnóstico a la ciudad de Ibarra y se ha determinado que cumple con los requerimientos para la implementación del estudio de factibilidad de ternos para damas, por lo que se ha decidido emprender el proyecto.
2. El marco teórico ayuda a determinar los conceptos más importantes para la implementación del proyecto, guía al investigador a tener una visión completa del estudio, además sirve para tener las bases teóricas y científicas necesarias para poder sustentar el proyecto.
3. Mediante el estudio de mercado se pudo determinar la demanda insatisfecha del producto dando lugar a la creación de la empresa en la ciudad, así mismo se determinó las formas de comercialización optando por la distribución directa prescindiendo de los intermediarios para poder ofrecer un producto a precios competitivos en el mercado.
4. Luego de haber realizado el estudio técnico se estableció la macro localización y micro localización del proyecto determinada en San Antonio de Ibarra en la ciudadela del chofer la cual cumple con las condiciones necesarias para realizar las actividades de manera eficiente, mediante la elaboración de diagramas de producción se describió el proceso productivo, además se estableció los costos y gastos necesarios para el funcionamiento del proyecto, también se determinó la inversión del proyecto.
5. Mediante el estudio financiero se pudo determinar la factibilidad de la ejecución del proyecto, tomando en cuenta indicadores como el VAN, TIR, Costo Beneficio, y punto de equilibrio, además se conoció el periodo de recuperación de la

inversión, mostrando la rentabilidad del proyecto que no es la deseada sin embargo es positiva.

6. El estudio organizacional determinó que la empresa se constituirá bajo las condiciones de una persona natural, se estableció el manual de funciones y responsabilidades para cada uno de los puestos de trabajo, se planteó los requisitos necesarios para constituir la empresa legalmente.
7. Los impactos considerados en el proyecto serán beneficiosos en el ambiente económico, social, empresarial, dando un impacto positivo tanto para los funcionarios de la empresa como para las personas externas, teniendo en cuenta que se debe adoptar medidas preventivas para preservar el medio ambiente.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda aprovechar las oportunidades como la gran demanda de ropa de mujeres, que beneficiarán al proyecto en su implementación, y tomar en cuenta los oponentes como existencia de intermediarios que ofertan productos de similares características y riesgos como ingreso de productos del exterior que competirán en el mercado local ya que estos dificultar la buena marcha del mismo.
2. Es recomendable citar los términos de una fuente confiable, las definiciones deberán ser todas aquellas que se consideren favorecedoras tanto para el desarrollo del estudio, como para su comprensión.
3. Se sugiere cubrir la demanda insatisfecha que se ha podido encontrar en el presente estudio, para ello se debe tomar en cuenta la capacidad de producción que tiene la empresa, se recomienda realizar publicidad para dar a conocer el producto a los consumidores.
4. Se sugiere adquirir la maquinaria e insumos a los proveedores mencionados ya que ofertan productos de calidad, así como también construir las instalaciones como se encuentran previamente establecidas ya que se consideran las más aptas para el funcionamiento. Se propone instalar la empresa en la Ciudadela Gustavo Pareja, en las calles Pompillo Mideros y Brasil ya que es un lugar que cuenta con todos los servicios básicos, y las vías de acceso son apropiadas.
5. Se recomienda la implementación del estudio ya que desde el punto de vista financiero es económicamente rentable, luego de haber hecho uso de los indicadores financieros, se puede ver que la empresa generará rentabilidad a partir del octavo año, tiempo en cual se habrá recuperado la inversión, además creará fuentes de trabajo en el lugar en donde se realizará la creación de la empresa.
6. Se recomienda acoger la propuesta organizativa expresada en el proyecto, debido a que se considera la más apta para el buen funcionamiento de la empresa, además

se propone implementar el nombre comercial sugerido ya que no se encuentra registrado en la ciudad y es fácil de memorizar, este ayudará a las consumidoras a guiarse para la adquisición del producto.

7. El impacto económico tiene una incidencia positiva ya que las ventas directas ayudarán a conocer lo que desea el consumidor, el impacto social favorece al proyecto debido se fomentará el trabajo en equipo y se ofrecerá estabilidad laboral, en el ámbito ambiental se implementará maquinaria que no emite gases tóxicos y el ruido que emite es controlable, por todo lo expuesto se recomienda efectuar el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- ARAUJO, A. D. (2012). *PROYECTOS DE INVERSIÓN*. México: TRILLAS.
- Armesto, A. M. (2015). *Precio y costo de las construcciones*. Argentina: Editorial Brujas.
- BRAVO, M. (2013). *CONTABILIDAD GENERAL*. Quito: Escobar Impresores.
- CHARLES T. HORNGREN, S. M. (2012). *Contabilidad de costos un Enfoque Gerencial*. México: PEARSON.
- CHIAVENATO, I., & SAPIRO, A. (2011). *Planeación estratégica*. Colombia: Nomos S.A.
- CÓRDOBA Padilla , M. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: ECOEEDICIONES.
- CÓRDOBA Padilla , M. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: ECOEEDICIONES.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- CZINKOTA, M., & RONKAINEN, I. (2013). *Marketing Internacional*. México: CENGAGE Learning.
- DEMOSTENES, R. R. (2014). *Manual de Contabilidad de Costos*. España: Lexus Editores.
- DESS, G., LUMPKIN, G. T., & EISNER, A. B. (2011). *Administración estratégica*. México: Editoriales F.T. S.A DE C.V.
- Duchac, W. R. (2010). *Contabilidad Administrativa*.
- FIERRO Martínez, Á. M., & FIERRO Celis, F. M. (2015). *Contabilidad General con enfoque NIIF para las PYMES*. Bogotá: ECO ediciones.
- FIERRO, M. Á., & FIERRO Celis, F. M. (2015). *Contabilidad General con enfoque NIIF para las PYMES*. Bogotá: ECO ediciones.
- FLÓRES, U. J. (2015). *Matemáticas Financieras Empresariales*.
- FLÓRES, U. J. (2015). *Matemáticas Financieras Empresariales*. Eco Ediciones.
- FRANKLIN Fincowsky, E. B. (2014). *Organización de Empresas*. México: Programas Educativos.
- GALINDO Ruíz , C. J. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocios*. Bogota : Ediciones de la U.

- GALLARDO Hernández, J. (2012). *Administración estratégica*. México: Alfaomega.
- GUAJARDO, C. G., & ANDRADE DE GUAJARDO, N. E. (2014). *Contabilidad Financiera*. México: Editora El Comercio S.A.
- HARTLINE, F. (2012). *Estrategias de Marketing*.
- JUÁREZ, S. B., & LERMA Y Kirchner, A. E. (2012). *Planeación Estratégica*. México: Alfaomega.
- KOONTZ , H., WEIHRICH, H., & CANNICE, M. (2012). *ADMINISTRACIÓN*. Perú: Mc Graw Hill.
- KOTLER, & ARMSTRONG. (2013). *fUNDAENTOS DE MARKETING*. México: PEARSON.
- LONGENECKER, J. G., PETTY, J. W., PALICH, L. E., & HOY, F. (2012). *Administracion de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.,.
- MANKIW, N. G. (2015). *Macroeconomía versión para america Latina*.
- MANOUKIAN, D. (2011). *Conceptos básicos sobre Economía*. America Latina: Tren en movimiento.
- Marie-Christine Noel, & Cailloux, M. (2015). *Diseño Textil*. España: Promopress.
- MARÍN, J. N., MONTIEL, L. E., & KETELHOHN, N. (2014). *Evaluación de investigaciones estratégicas*. Colombia: Ediciones de la U.
- Mendoza Roca, C. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Bogota: Universidad del Norte Eco Ediciones .
- MESA Orozco , J. (2013). *Evaluación Financiera de proyectos (SIL)(3a.ed.)*. Ecoe Ediciones.
- MUNCH, L. (2014). *Administración*. México: PEARSON.
- MUNCH, L., SANDOVAL, P., TORRES, G., & RICALDE, E. (2015). *Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia*. México: TRILLAS.
- MUÑIZ, G. R. (2014). *Marketing en el siglo XXI*. MADRID: CEF.-.
- NÚÑEZ Montenegro , E. (29 de Agosto de 2013).
- PADILLA, R. (2013). *Contabilidad Administrativa Un enfoque estratégico para competir*. México: CTPS.
- PARKIN, M. (2014). *Economía*.

- PÉREZ , J. F., & VEIGA, C. (2013). *Control de gestin empresarial* . Colombia: Alfaomega.
- RAMIREZ, M. (03 de Septiembre de 2014). *colombialegalcorp.com*.
- Rincón, S. C. (2011). *Costos para Pymes*. Bogota: Eco Ediciones.
- Rivero Zanatta, J. P. (2015). *Costos y presupuestos: reto de todos los días*. Lima Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- ROMERO. (2013). *Contabilidad práctica para no contadores*.
- TAYLOR WEERAPANA. (2012). *PRINCIPIOS DE ECONOMÍA*.
- TORO, D. B. (2015). *Analisis financiero Enfoque y Proyecciones*. Bogotá: Ecoediciones.
- VARGAS Vargas, S. (2012). *Marketing Agropecuario*. México: Trillas.
- VARGAS, B. A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. España: IC Editorial.
- VELÁSQUEZ, O. M. (2014). *MARKETING CONCEPTOS Y APLICACIONES*. Colombia: Universidades del Noret.
- ZAPATA, S. P. (2015). *Contabilidad de costos*. Bogotá: Alfaomega.

LINKOGRAFÍA

- ABC, D. (s.f.). Obtenido de Definicion ABC :
<http://www.definicionabc.com/economia/emprendedor.php>
- ACUÑA, J. A. (17 de Marzo de 2013). *http://acualonit.overblog.com*. Recuperado el 29 de Octubre de 2016, de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-prec-producto-plaza-y-promocion>
- Culturalia Enciclopedia. (23 de Enero de 2013). *edukavital.blogspot.com*. Recuperado el 29 de Octubre de 2016, de <https://edukavital.blogspot.com/2013/01/definicion-de-mercado-meta.html>
- GUANGASIG , E. (24 de Junio de 2012). *tiposdetelas.blogspot.com*. Recuperado el 31 de Octubre de 2016, de <http://tiposdetelas.blogspot.com/2012/06/tipos-de-telas-caracteristicas-y-usos.html>
- NÚÑEZ Montenegro , E. (29 de Agosto de 2013). *emprendeyprospera.com*. Obtenido de emprendeyprospera: <http://www.emprendeyprospera.com/las-definiciones-de-emprendedor-y-empresario/#.WBVXQC3hDIU>
- PÉREZ Porto, J., & GARDEY, A. (2014). *definicion.de*. Recuperado el 30 de Octubre de 2016, de <http://definicion.de/confeccion/#ixzz4OZu6vgra>
- RAMIREZ, M. (03 de Septiembre de 2014). *colombialelegalcorp.com*. Obtenido de <http://www.colombialelegalcorp.com/clasificacion-de-las-empresas-segun-su-actividad-economica/>

ANEXOS

Anexo 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Objetivo: La presente encuesta tiene la finalidad de obtener información con lo referente a ropa formal que utilizan las damas en el cantón Ibarra.

Indicaciones:

- Lea detenidamente las preguntas antes de contestar
- Marque con una **X** la opción según corresponda

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES IBARREÑAS**1. ¿Cuál es su ocupación?**

- Empleada pública
- Empleada privada
- Estudiante
- Ama de casa

2. Edad

- 15 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- 46 o más

3. ¿Acostumbra a comprar ropa formal?

- En almacenes

Confeccionadas a su medida

4. ¿Al momento de realizar la adquisición de ropa formal para damas qué características le gusta encontrar?

Calidad en los materiales

Buenos Precios

Diseño Novedosos

Variedad de Colores

5. ¿A qué lugar acude para adquirir ropa formal?

Boutiques

Centros comerciales

Catálogos

Mercado

6. ¿Con que frecuencia adquiere ropa formal?

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

7. ¿Qué texturas prefiere en su ropa formal?

Prendas		Materiales							
Chaqueta		Seda		Gabardina		Crepé japonés		Poliéster con elastano	
Pantalón		Micro stretch Sofía		Tafeta		Crepelip		Seda	
Vestido		Chiffon		Micro stretch Sofía		Randa		Tafeta	
Blusa		Seda		Dacron		Chiffon		Randa	
Falda		Crepelip		Micro stretch Sofía		Tafeta		Batista perforada	

8. ¿Qué prendas prefiere utilizar como complemento a su traje?

- Pañuelo
- Diademas y Turbantes
- Coletero

9. ¿Cuántas prendas adquiere por cada compra?

- 1 prenda
- 2 prendas
- De 3 o más

10. ¿Los diseños que prefiere son:?

- Tradicionales
- Modernos
- Conocidos
- Alta costura

11. ¿La ropa que adquiere consiste en

- Ternos con falda
- Ternos con pantalón
- Solo blusas
- Faldas
- Pantalones
- Vestidos

12. ¿Su nivel de ingresos se encuentra dentro del rango?

- Hasta 400\$
- 400\$ 800\$
- 800\$ 1000\$
- Más de 1000 dólares

13. ¿Porque medio de comunicación usted se informa sobre las promociones y novedades del mercado de ropa formal?

- Radio

Prensa Escrita Redes Sociales Catálogo impreso Catálogo virtual **14. ¿Su presupuesto mensual para la compra de ropa formal está entre?**30 – 50 50 – 70 70 – 90 Más de 90 dólares **15. ¿Qué precio estaría dispuesta a pagar por la adquisición de ropa formal?**

	Tela	P.V.P estima do	Tela	P.V.P estima do	Tela	P.V.P estima do	Tela	P.V.P estima do
Chaqueta	Seda	27	Gabardina	30	Crepé japonés	30	Poliéster con elastano	30
Pantalón	Micro stretch Sofía	35	Tafetá	25	Crepe lip	27	Seda	27
Vestido	Chiffón	25	Micro stretch Sofía	30	Randa	23	Tafetá	28
Blusa	Seda	20	Dacrón	20	Chiffón	20	Randa	25
Falda	Crepelip	25	Micro stretch Sofía	28	Tafetá	25	Batista perforada	30

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Objetivo: La presente encuesta tiene la finalidad de obtener información con lo referente a la producción y comercialización de ropa formal en el cantón Ibarra.

Indicaciones:

- Lea detenidamente las preguntas antes de contestar
- Marque con una **X** la opción según corresponda

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE
ROPA FORMAL

1. ¿Cuál es la procedencia de la ropa que usted comercializa?

Confeccionada por usted

Adquirida

2. ¿Cuántas prendas usted fábrica o compra por semana?

Prendas	Unidades					
	Hasta 6	7 a 12	13 a 18	19 a 24	Más de 24	
Conjuntos con pantalón						
Conjuntos con falda						
Pantalón						
Vestido						
Blusa						
Falda						

3. ¿Los materiales o mercadería que usted utiliza para la comercialización son de procedencia?

Nacional

Extranjera

Mixta

4. ¿Los diseños que confecciona son de su autoría?

Si

No

5. ¿La confección que usted realiza es a base de:?

Patronajes

Personalizada

6. ¿Cuál de las prendas que usted comercializa son las más vendidas?

Ternos con Falda

Ternos con Pantalón

Vestido

Faldas

Blusas

Pantalón

7. ¿Con que frecuencia adquiere o fabrica productos para la venta?

Cada mes

Cada dos meses

Cada tres meses

8. ¿La atención al cliente es: ?

Permanente

Ocasional

9. ¿Existe alguna temporada en la que las ventas se incrementen?

Escolar

Navideña

Verano

Invierno

Otra

mencione

10. ¿Los precios que usted oferta son fijados por?

Costos de producción

A base del mercado

Ambas

11. ¿La comercialización del producto lo realiza en?

Almacenes propios

En concesiones

12. ¿La forma de comercialización es: ?

Al contado

Crédito

13. ¿La mano de obra que emplea para la producción es calificada?

Sí

No

14. ¿El pago de sueldos a los empleados es: ?

Por horas

Sueldo fijo

Por obra

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Anexo 3

SERVIMAQ **PROFORMA**
 RUC: 1002007944001

Vendedor: _____ Fecha: _____
 Máquina: _____ Máquina: _____
 Marca: _____ Marca: _____
 Tipo: Recta Tipo: Overlock
 Modelo: _____ Modelo: _____
 Serie: _____ Serie: _____

P.V.P. \$ 570,00 P.V.P. \$ 837
 Cuota Inicial:\$ 200 Cuota Inicial:\$ 300
 6 Pagos:\$ 74.17 6 Pagos:\$ 103.67
 Precio total:\$ _____ Precio total:\$ _____

Principal Otavalo: Av. Quito y Sucre(Frente al Cuerpo de Bomberos) ☎ 06 2 922 - 794
 Sucursal Otavalo: Calle Bolívar y Abdón Calderón (Junto al teatro Bolívar) ☎ 06 2 922 - 916
 Sucursal Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo (Junto Almacén ASTRA) ☎ 06 2 611 - 614

SIGUENOS EN:   0986957229

Regrabador **Contadores**

\$ 1105 \$ 175,00

Entrada 400
 6 pag 134.77

Precio Contado \$ 2512
 Precio Oferta \$ 2356
 Precio Combo \$ 2000

Hasta 31-12-16

Anexo 5

ALMACEN
ASTRA
Blanca Romelia Moya Borja
"OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD"
RUC: 1800447466001

AUT. SRI: 1119691596
DIR: Sánchez y Cifuentes 9-43
y Oviedo. Telf: 062955575
Telefax: 062955575
Ibarra - Ecuador

FACTURA 001-001-**000758488**

FCD000758488-EI0000102886

CONSUMIDOR FINAL
2016/12/17 11:55 9999999999999

SD

CANT.	DESCRIPCION.	V.UNIT	V.TOTAL
4093	CINTA METRICA MEXICA		
1.00	UN	.5270	.5270
1230	TIZA SASTRE DH		
1.00	UN	.2193	.2193

ENTREGADO 17 DIC 10:00

Subtotal	Tarifa 0%	Tarifa 14%
.75	.00	.75
Dscptos.	IVA 14%	Total
.00	.11	.86

EFFECTIVO 1.00
SU CAMBIO .14

Provesum & Cia.
DISTRIBUIDORA DE OFICINA, PAPELERIA, COMPUTACION Y OTRAS LINEAS

Nuestra trayectoria marca la diferencia por nuestros precios, variedad y calidad

MERA AGUAS CARLOS ARMANDO
RUC: 1001449956001

"OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD"

FACTURA No. 001-001-**000223324**

AUTORIZACION SRI No. 1119404461

MATRIZ: Chica Narváez 7 - 24 y Oviedo - Telf: 062959 727 / 2644 904
IBARRA - ECUADOR

Ref: 000251845 Pago: CONTADO
17/12/16 12:33:01 9999999999999

CONSUMIDOR FINAL
IBARRA

1	CAJA DE GRAPAS KP-2	0.31	0.31
---	---------------------	------	------

Provesum & Cia.

TOTAL	0.31
SIN IVA	0.00
DESCUENTOS	0.00
IVA 14%	0.04
TOTAL FINAL	0.36

FIRMA AUTORIZADA

RECIBI CONFORME

FORMA DE PAGO: EFECTIVO / DINERO ELECTRONICO / CHEQUE / CREDITO / OTRO

VENCE: 06 - SEPTIEMBRE - 2017

ORIGINAL - CLIENTE - COPIA - EMISOR

EMISOR: BARRIOS SANCHO FLORES - OFICINA GRAFICOLOR S.A. SUIZ - BARRIOS SANCHO FLORES - IBARRA, RUC: 1001449956001

Anexo 6



Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466

RUC 0701084121001

PROFORMA

NOMBRE:

Sra. Diana Tarapuez

0125250

RUC:

CONTACTO:

FECHA:

12/12/2016

TELÉFONO:

990927053

ASESOR:

ISABEL PULE

DIRECCIÓN:

Av. 13 de Abril y Chimborazo

TELÉFONO

0997523012

REFERENCIA:

Ibarra

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Computador HP AIO *AMD 6ta Gener. * Memoria de 4GB * Disco de 1000GB * Pantalla de 21.5" * Cámara Web/DVD-Writer / Puertos USB HDMI * Windows 10 ORIGINAL	628,07	628,07
			-
			-
			-
			-
			-
			-



1	* Incluye Teclado y Mouse	-
	Multifuncion Epson L375 Sistema Continuo	299,12
	*Impresora, Copiadora, Scanner y Wifi 4500 Negro 7500 Color Es una Multifunción para trabajo robusto	-
		-
COMPRA INMEDIATA	SUBTOTAL	927,19
	IVA 14%	129,81
	TOTAL	1.057,00
PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS POR TASAS ARANCELARIOS		

FORMA DE PAGO:

CONTADO

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... 26 AÑOS

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

Anexo 7

