

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera de Empresas

TEMA: “Factibilidad en la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil para la Empresa D`JOMARS JEANS en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, año 2016”.

AUTORA: Maritza Jessica Chango Tenelema
TUTOR: Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López

AMBATO-ECUADOR
Septiembre-2016



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Leonardo Ballesteros

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación sobre la “Factibilidad en la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil, en la empresa D`JOMARS JEANS, en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, año 2016” presentado por la señorita, **Maritza Jessica Chango Tenelema** para optar por el título de Ingeniera en Organización de Empresas, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 18 de julio del 2016

Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López

CI: 1802453629

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Maritza Jessica Chango Tenelema, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

Srta. Maritza Jessica Chango Tenelema
C.I. 1804278099
AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) _____

Dr. MBA Walter Ramiro Jiménez Silva

CI: 0501797351

f) _____

Ing. MBA Iván Fernando Silva Ordoñez

CI: 1802490548

Ambato, 25 agosto del 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de el un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Srta. Maritza Jessica Chango Tenelema
C.I. 1804278099
AUTOR

AGRADECIMIENTO

Doy mi total agradecimiento a Dios, quien me ha guiado y me dado la fuerza para culminar mi carrera, a mi familia y a mi novio quienes me brindaron su apoyo incondicional.

A todos los instructores de la Facultad de Ciencias Administrativas, quienes me brindaron conocimientos para la elaboración de mi proyecto.

Maritza Jessica Chango Tenelema

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a mis padres, mi hermano y a todos los que me colaboraron con sus conocimientos, por quienes se hicieron posible el cumplimiento de esta meta.

Maritza Jessica Chango Tenelema

INDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	i
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
INDICE GENERAL	vii
INDICE ESPECÍFICO	x
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
Capítulo 1	1
Planteamiento del problema	1
1.1 Definición del problema de la investigación	1
1.1.1. Sistema de marco lógico.	1
Capítulo II	8
Descripción del emprendimiento	8
2.1. Nombre del emprendimiento	8
2.2. Localización geográfica	8
2.3. Justificación	9
2.4. Objetivos	11
General	11
Específicos	11
2.5. Beneficiarios	12
2.6. Resultados a alcanzar	12
Capítulo III	13
Estudio del mercado	13
3.1.1. Segmentación de mercado	16
3.2. Estudio de la demanda	30
3.3. Estudio de la oferta	33
3.4. Mercado potencial para el proyecto	35
3.5. Precios	36
3.6. Canales de comercialización	38
3.7. Canales de distribución	39

3.8. Estrategias de comercialización	40
Capítulo IV	42
Estudio Técnico.....	42
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	42
a. Factores determinantes del tamaño.....	42
b. Tamaño óptimo.....	43
4.2. Localización.....	45
4.2.1 Localización óptima de la nueva línea de producción.....	45
a. Macro localización	47
b. Micro localización.....	48
4.3. Ingeniería de Proyecto.....	48
a. Producto – proceso	49
b. Balance de materiales.....	52
c. Período operacional estimado de la planta.....	58
d. Capacidad de producción	59
e. Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)	60
Capítulo V	63
Estudio Organizacional	63
5.1. Aspectos generales	63
5.2. Diseño Organizacional	64
5.3. Organigrama Estructural	71
5.4. Estructura Funcional.....	72
5.5. Manual de Funciones	73
Capítulo VI.....	93
Estudio Financiero.....	93
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles	93
6.2. Inversiones en activos fijos intangibles.....	96
6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo	97
6.4. Resumen de las Inversiones.	103
6.5. Financiamiento.....	103
6.6. Plan de Inversiones.....	104
6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos.....	105
6.7.1. Presupuesto de costos	105
6.7.3. Situación financiera proyectada.....	117
6.7.4. Presupuesto de ingresos	120

6.7.5. Estado de resultados proyectados	121
6.7.6. Flujo de caja.....	124
6.8. Punto de equilibrio.	126
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.	128
6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN).....	130
6.11. Indicadores Financieros	132
6.12. Tasa beneficio – costo	136
6.13. Periodo de recuperación de la inversión.....	137
6.14. Tasa interna de retorno.....	137
6.15. Análisis de sensibilidad.	138
CAPITULO VII	140
Conclusiones y Recomendaciones	140
7.1. Conclusiones.....	140
7.2. Recomendaciones.....	141
8. Referencias bibliográficas	142
ANEXOS.....	144
Anexo 1.....	144
Anexo 2.....	146
Anexo 3.....	149
Anexo 4.....	151

INDICE ESPECÍFICO

Índice de Tablas

Tabla N° 1: Análisis de involucrados de la empresa D´JOMARS JEANS	1
Tabla N° 2: Segmentación de mercado	16
Tabla N° 3: Demanda actual de pantalón infantil de niño.	17
Tabla N° 4: Demanda potencial de pantalón infantil de niño.	18
Tabla N° 5: Mercado meta de la nueva línea de pantalón infantil de niño.	19
Tabla N° 6: Factores de adquisición.....	20
Tabla N° 7: Tipo de pantalones infantiles de niño.	21
Tabla N° 8: Frecuencia de compra de pantalones infantiles.	22
Tabla N° 9: Cantidad de adquisición de la nueva línea de pantalón infantil de niño....	23
Tabla N° 10: Determinación de precio de la nueva línea de pantalón infantil de niño.	24
Tabla N° 11: Tipos de servicio para los clientes de la nueva línea.	25
Tabla N° 12: Conformidad con el acabado en otras marcas.	26
Tabla N° 13: Medios para dar a conocer el producto de la nueva línea a los clientes. .	27
Tabla N° 14: Marca para los pantalones de la nueva línea.....	28
Tabla N° 15: Demanda en clientes de jean infantil proyectada.....	30
Tabla N° 16: Análisis de la demanda en productos infantiles.....	31
Tabla N° 17: Demanda por docenas en jean infantil proyectado.	32
Tabla N° 18: Análisis de la oferta de acuerdo con la competencia en línea de jean infantil.....	33
Tabla N° 19: Proyección de la oferta en jean infantil.	34
Tabla N° 20: Demanda Potencial Insatisfecha en jean infantil por docenas proyectada.	35
Tabla N° 21: Análisis de precios de acuerdo con la competencia.....	37
Tabla N° 22: Proyección precios tallas 28-30.	37
Tabla N° 23: Proyección precios tallas 32-34.	38
Tabla N° 24: Proyección precio promedio de las tallas 28-34.	38
Tabla N° 25: DPI Real proyectada de jean infantil	44
Tabla N° 26: Matriz de localización de la nueva línea de jean infantil dentro de la planta.	46
Tabla N° 27: Proceso de jean infantil para niño.....	50
Tabla N° 28: Proceso de jean infantil para niño.....	51
Tabla N° 29: Consumo anual de Materia prima.....	52
Tabla N° 30: Consumo anual de insumos.	53
Tabla N° 31: Material Indirecto para jean infantil	55
Tabla N° 32: Insumos de producción.	55
Tabla N° 33: Cursograma analítico	56
Tabla N° 34: Equipos estandarizados.....	57
Tabla N° 35: Equipo según necesidad.....	57
Tabla N° 36: Herramientas	58

Tabla N° 37: Mano de obra directa	58
Tabla N° 38: Producción anual por maquilador	59
Tabla N° 39: Simbología del área de diseño y corte	60
Tabla N° 40: Simbología del área de terminado y administración.....	61
Tabla N° 41: Matriz axiológica de valores de la empresa D´JOMARS JEANS	66
Tabla N° 42: Análisis FODA	69
Tabla N° 43: Jerarquización empresa D´JOMARS JEANS.....	70
Tabla N° 44: Maquinaria.....	94
Tabla N° 45: Herramientas.....	94
Tabla N° 46: Equipos de oficina	95
Tabla N° 47: Muebles y enseres	95
Tabla N° 48: Adecuaciones.....	95
Tabla N° 49: Software contable	96
Tabla N° 50: Permisos legales.....	96
Tabla N° 51: Patentes	97
Tabla N° 52: Marcas.....	97
Tabla N° 53: Inventario en metros de tela jean	99
Tabla N° 54: Inventario en metros de tela de forro.....	100
Tabla N° 55: Cuentas por cobrar	101
Tabla N° 56: Pasivo circulante	102
Tabla N° 57: Capital de trabajo.....	102
Tabla N° 58: Resumen de inversiones	103
Tabla N° 59: Financiamiento	103
Tabla N° 60: Plan de inversiones	104
Tabla N° 61: Materia prima.....	106
Tabla N° 62: Insumos.....	106
Tabla N° 63: Materiales indirectos.....	107
Tabla N° 64: Mano de obra directa	107
Tabla N° 65: Mano de obra indirecta.....	107
Tabla N° 66: Insumos de producción.....	108
Tabla N° 67: Mantenimiento Maquinaria y Equipos.....	108
Tabla N° 68: Servicio de lavandería.....	108
Tabla N° 69: Cargo de depreciación y amortización.....	109
Tabla N° 70: Total costos de producción	109
Tabla N° 71: Personal administrativo.....	110
Tabla N° 72: Suministros básicos.....	110
Tabla N° 73: Suministros de oficina.....	111
Tabla N° 74: Suministros de limpieza.....	111
Tabla N° 75: Total costos administración.....	111
Tabla N° 76: Publicidad y promoción.....	112
Tabla N° 77: Gastos transporte.....	112
Tabla N° 78: Total costos de venta.....	113
Tabla N° 79: Total Costos financieros.....	113
Tabla N° 80: Tarifario Banco Pichincha.....	114
Tabla N° 81: Tabla de amortización del préstamo.....	115

Tabla N° 82: Costos Totales.....	115
Tabla N° 83: Presupuesto de ingresos de la línea de jean infantil.....	120
Tabla N° 84: Total costos fijos.....	126
Tabla N° 85: Total costos variables.....	127
Tabla N° 86: Punto de equilibrio en volumen de ventas.....	127
Tabla N° 87: TMAR 1 global mixto.....	130
Tabla N° 88: TMAR 2 global mixto.....	130
Tabla N° 89: Análisis de sensibilidad de la línea de jean infantil.....	139

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1: Árbol de problemas.....	3
Gráfico N° 2: Árbol de objetivos.....	5
Gráfico N° 3: Pantalón clásico.....	14
Gráfico N° 4: Pantalón con modelo.....	15
Gráfico N° 5: Demanda actual de pantalón infantil de niño.....	17
Gráfico N° 6: Demanda potencial de pantalón infantil de niño.....	18
Gráfico N° 7: Mercado meta de la nueva línea de pantalón infantil de niño.....	19
Gráfico N° 8: Factores de adquisición.....	20
Gráfico N° 9: Tipo de pantalones infantiles de niño.....	21
Gráfico N° 10: Frecuencia de compra de pantalones infantiles.....	22
Gráfico N° 11: Cantidad de adquisición de la nueva línea de pantalón infantil de niño.	23
Gráfico N° 12: Determinación de precio de la nueva línea de pantalón infantil.....	24
Gráfico N° 13: Tipos de servicio para los clientes de la nueva línea.....	25
Gráfico N° 14: Conformidad con el acabado en otras marcas.....	26
Gráfico N° 15: Medios para dar a conocer el producto de la nueva línea a los clientes.	27
Gráfico N° 16: Marca para los pantalones de la nueva línea.....	28
Gráfico N° 17: Demanda en clientes de jean infantil proyectada.....	31
Gráfico N° 18: Demanda por docenas en jean infantil proyectado.....	32
Gráfico N° 19: Oferta por docenas en jean infantil proyectada.....	34
Gráfico N° 20: Demanda Potencial Insatisfecha de jean infantil en docenas proyectada.	36
Gráfico N° 21: Canales de distribución.....	39
Gráfico N° 22: DPI Real.....	44
Gráfico N° 23: Materia prima para jean infantil.....	53
Gráfico N° 24: Insumos para jean infantil.....	54
Gráfico N° 25: Materiales indirectos para jean infantil.....	55
Gráfico N° 26: Distribución área de diseño y corte.....	61
Gráfico N° 27: distribución área terminado y administración.....	62
Gráfico N° 28: Área de planchado.....	62
Gráfico N° 29: Punto de equilibrio en volumen de venta.....	128

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa D`JOMARS JEANS, formada por una persona natural obligada a llevar contabilidad, se ha dedicado a la producción y comercialización de pantalones jean para hombre adulto, con una permanencia en el mercado de 18 años, considerando que su marca ha sido reconocida por la calidad del producto y por el servicio personalizado brindado por la fuerza de ventas.

El conocimiento del mercado y la disponibilidad de la cartera de clientes con la que cuenta la empresa permite identificar oportunidades para la introducción de nuevos productos exclusivamente para niños, como uno de los segmentos de mercado actual desatendidos, es por ello que se plantea el estudio de la implementación de una nueva línea de jean infantil, sustituyendo el poliéster por la fibra de plástico PET en la materia prima, contribuyendo con el cuidado del medio ambiente.

Los resultados obtenidos en el estudio, determinaron la importancia de implementar una nueva línea de jean infantil en la empresa, con el cálculo de la demanda insatisfecha, la cual nos genera una factibilidad en el estudio financiero con un margen de rentabilidad favorable del 11%, por cada prenda, el cual es atractivo para el inversionista.

De esta manera la propuesta de emprendimiento se enfoca en la creación de una nueva línea de jean infantil para niño a base de fibra de plástico PET, dirigido a la cartera de clientes, dándose a conocer a través de las redes sociales y de forma directa para una mejor recepción de información, con el fin de fomentar el crecimiento continuo de la empresa D`JOMARS JEANS.

PALABRAS CLAVES:

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN

EMPRESA D`JOMARS JEANS

RENTABILIDAD

CRECIMIENTO

ABSTRACT

D'JOMARS JEANS Company formed by a natural person obligated to control the accounting, it's dedicated to produce and merchandise jeans for young men with a permanency in the market for 18 years, taking into account that this brand had been recognized because of its product's quality and personalize service given by their strong sells.

The knowledge about market and the costumers registry that the company has, allows identifying opportunities to introduce new products exclusively for kids, like one of the disregarded segments of the current market, that's why we propose a study to implement a new childish jeans line, replacing the polyester for plastic fiber PET into the raw material contributing to the environment.

The results obtained in this study determined the importance to implement a new childish jeans line in the market, with the calculation of the unsatisfied demand which generates feasibility in the financial study with a favorable profit margin of 11 percent by each garment which is very attractive for the investor.

In this way this venture proposal it's focused by the creation of a new childish jeans line for boys based on plastic fiber PET directed to the client's registry, becoming known between social media and in a direct way to give a better perception of the information, with the intention to foment continuous knowledge of the D'JOMARS JEANS Company.

KEY WORDS:

PROJECT OF VENTURE

INDUSTRY OF THE MAKING

COMPANY D'JOMARS JEANS

EFFECTIVENESS

INCREASEMENT

Capítulo 1

Planteamiento del problema

1.1 Definición del problema de la investigación

1.1.1. Sistema de marco lógico.

Idea: Factibilidad en la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil, en la empresa D`JOMARS JEANS.

Problema: Carencia de nuevas líneas de productos innovadores en la empresa D`JOMARS JEANS para satisfacer la demanda nacional de sus clientes y contribuir con la responsabilidad en el cuidado del medio ambiente.

Análisis de involucrados.

Tabla N° 1: Análisis de involucrados de la empresa D`JOMARS JEANS

GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS/ MANDATOS
Cientes	Precios bajos. Variedad de productos. Productos de calidad. Innovación.	Prendas costosas. Poca variedad de productos. Productos de baja calidad.	“Ley orgánica de defensa del consumidor”. Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna,

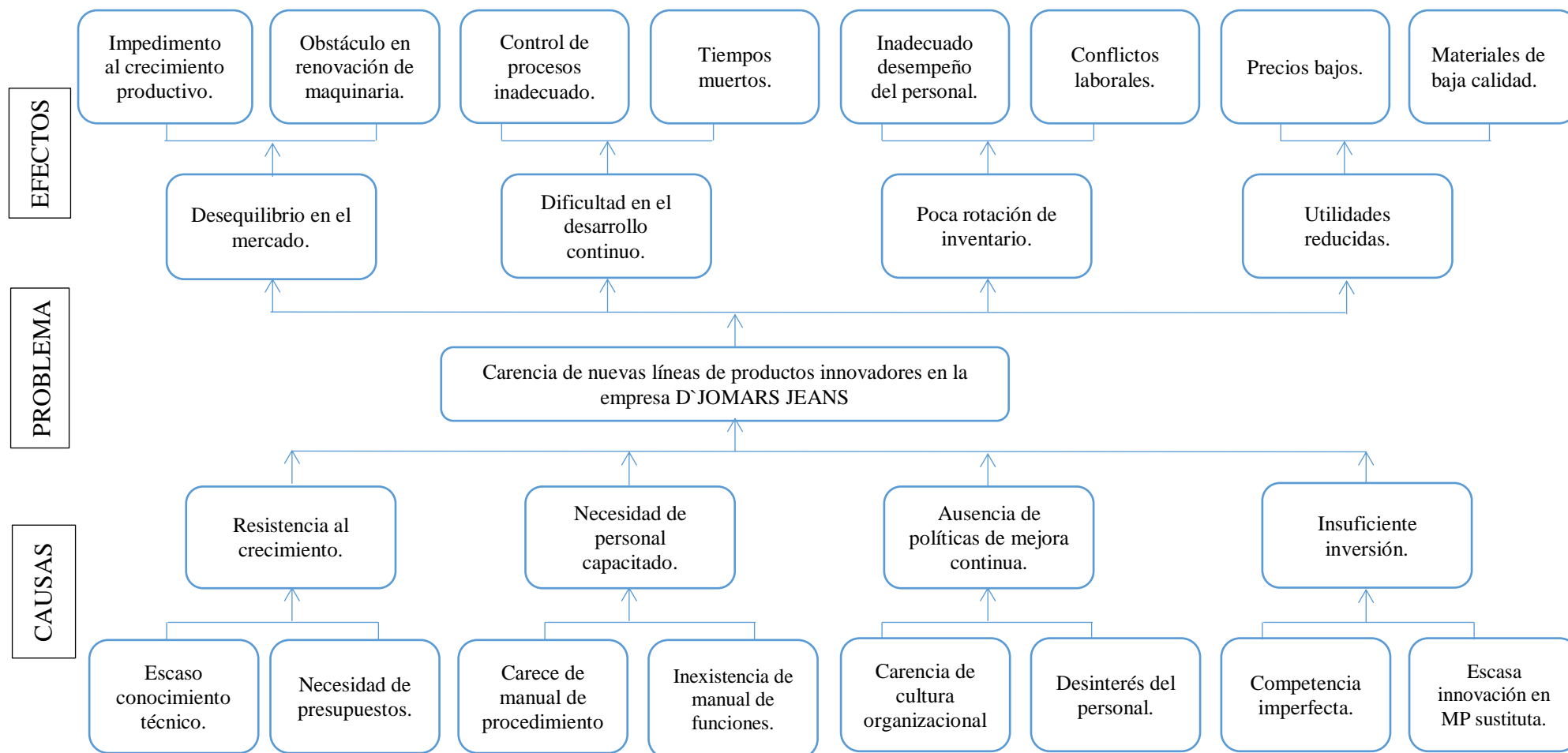
			principios generales del derecho y costumbre mercantil.
Proveedores	Lealtad Incrementar la demanda de materiales.	Mercado negro. Pocos fabricantes locales y nacionales.	“Ley orgánica de defensa del Consumidor” Art. 18.- Entrega del bien o prestación.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor.
Colaboradores	Incentivos Motivaciones	Poca creatividad Incorrecta distribución de funciones.	“Código de Trabajo” Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.
Gobierno Nacional	Impulsar la producción nacional. Generar innovación y emprendimiento. Recaudación de impuestos.	Contrabando de mercadería. Insuficiente capacitación. Evasión de impuestos.	Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) a través de la Secretaría de Desagregación Tecnológica Transformación de la Matriz productiva.

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango.

Árbol de problemas

Gráfico N° 1: Árbol de problemas



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

La carencia de nuevas líneas de productos innovadores en la empresa D'JOMARS JEANS se ha dado por la resistencia al crecimiento, en consecuencia del escaso conocimiento técnico y por la necesidad de un presupuesto. Por ende se crea un desequilibrio en el mercado, generando un impedimento al crecimiento productivo obstaculizando la renovación de maquinaria.

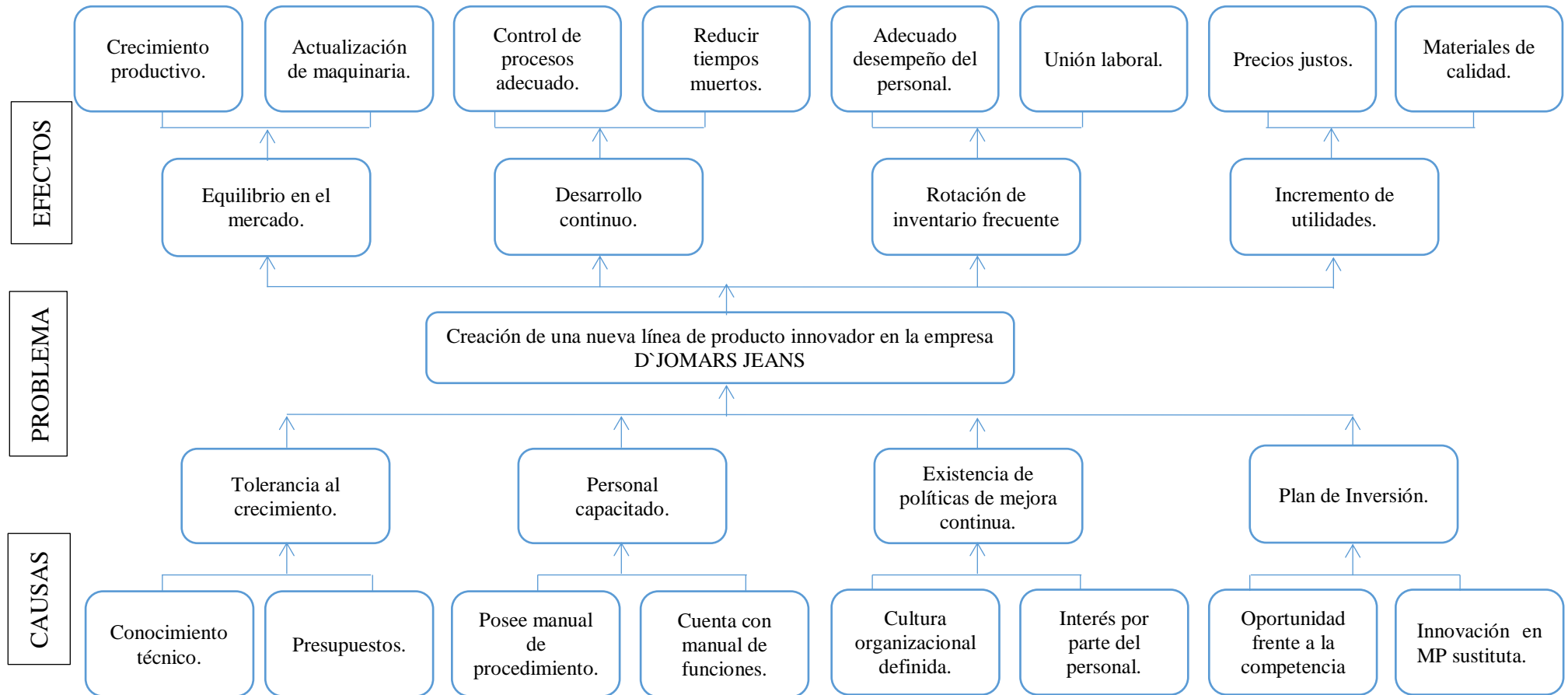
La necesidad de personal capacitado ha surgido por la inexistencia de un manual de procedimientos y de funciones, dificultando el desarrollo continuo de la producción a través de un inadecuado control de procesos originando tiempos muertos, dificultando la satisfacción de los clientes.

Otro punto significativo es la ausencia de políticas de mejora continua como resultado de la carencia de cultura organizacional y el desinterés por parte del personal, forjando una reducción en la rotación de inventarios, a su vez, un inadecuado desempeño del personal formando conflictos laborales, los cuales crean un clima laboral perjudicial para el crecimiento empresarial.

Finalmente el factor inversión, con un desarrollo insuficiente, estancando la expansión del negocio con escasas líneas de producción, como se puede observar en el Anexo 1, ocasionado por la competencia imperfecta existente en el mercado actual, dejando a un lado la innovación en materia prima sustituta, lo cual compone un desequilibrio en el mercado a través de precios bajos, incentivando el uso de materiales inapropiados y de baja calidad, sin considerar su importancia.

Árbol de objetivos

Gráfico N° 2: Árbol de objetivos



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

La creación de una nueva línea de producto innovador en la empresa D'JOMARS JEANS se ha dado por la tolerancia al crecimiento, a través de un conocimiento técnico propicio y mediante la elaboración de presupuestos, generando un equilibrio en el mercado, por consecuencia se contribuirá con el crecimiento productivo por medio de la actualización de maquinaria.

El personal capacitado con el que cuenta la empresa se convierte en una ventaja, ya que se elaborarán manuales de procedimientos y de funciones, necesarios para el desarrollo continuo, reduciendo tiempos muertos en la producción a través de un control de procesos adecuado, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

La implantación de políticas de mejora continua en la empresa, fijara un compromiso de cultura organizacional fomentando el interés por parte del personal, con el fin de incrementar la rotación de inventario, obteniendo así un adecuado desempeño del personal, contribuyendo a definir un clima laboral de unión, impulsando la creación de nuevas líneas de producción en la empresa.

Finalmente la elaboración de un plan de inversiones con el cual se obtendrá una oportunidad frente a la competencia, a través de la innovación en materia prima sustituta, (que en este caso se trata del uso de la fibra de plástico PET), generando un incremento en las utilidades con precios justos mediante el uso de materiales de calidad, motivando la compra del producto.

Formulación de alternativas de solución

Entre las cuales se han podido determinar tres que son las siguientes:

1. Expansión a través de la implantación de sucursales en el país.
2. Fabricación de prendas para dama en la empresa D`JOMARS JEANS
3. Factibilidad en la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil en la empresa D`JOMARS JEANS.

Alternativa de Solución

La necesidad de determinar la factibilidad en la implantación de una nueva línea de producción de jean infantil en la empresa D`JOMARS JEANS, se da para fomentar un aprecio al producto nacional que el gobierno ha ido impulsando y concientizar a las personas en especial a los niños, el cuidado del medio ambiente.

La alternativa de solución es la siguiente:

Factibilidad en la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil, en la empresa D`JOMARS JEANS.

Que: Factibilidad en la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil.

Cómo: a través de la elaboración de un proyecto de emprendimiento.

Dónde: en la empresa D`JOMARS JEANS provincia de Tungurahua, cantón Ambato.

Cuándo: año 2016.

Tema: Factibilidad en la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil, en la empresa D`JOMARS JEANS en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, año 2016.

Capítulo II

Descripción del emprendimiento

2.1. Nombre del emprendimiento

Pantalones Jean para niños con diseños exclusivos y de excelente calidad, elaborados con tela a base de fibra de plástico PET.

2.2. Localización geográfica

Macro localización



D'JOMARS JEANS está ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato en la parroquia de Unamuncho, sector Puerto Arturo.

Micro localización



D'JOMARS JEANS Se ubica en Puerto Arturo, Barrio San Isidro Panamericana Norte Km 12 ½ vía Quito. En este sector hay muchas empresas industriales principalmente de Jean.

2.3. Justificación

De acuerdo a la revista, “la composición sectorial de la economía Ecuatoriana, en cuanto a la participación del PIB, desde el punto de vista sectorial, arrojan un crecimiento de 3,68% en el caso de manufactura, es decir que consta de un eficiente manejo en el sector”. (Ekos Negocios, septiembre 2015). Estableciendo una oportunidad en el mismo.

Políticas gubernamentales de apoyo a la pequeña y mediana industria benefician a este sector manufacturero, uno de ellos el denominado “cambio en la matriz productiva”, ofreciendo una serie de ventajas como, el de “generar fuentes de trabajo adecuados, suprimir la pobreza y conseguir el bienestar de todos los Ecuatorianos”; así lo indicó el Presidente de la Cámara de la Industria y Producción (planificacion.gob.ec); fomentando el aprecio del producto nacional, por lo tanto deben ser aprovechadas.

En la provincia de Tungurahua se encuentra gran parte de empresas y microempresas

industriales especialmente del jean, convirtiéndolo en un sector netamente productivo. Es por ello que la implementación de una nueva línea de jean infantil elaborados a base de fibra de plástico PET en la empresa D'JOMARS JEAN, contribuirá con el desarrollo de nuestro país, así como también con el cambio de la matriz productiva haciendo uso de un factor importante como es la innovación, fomentando la adquisición de productos nacionales.

En la parte empresarial se incrementaran las ventas y por lo tanto utilidades e ingresos contribuyendo con el crecimiento y desarrollo de la empresa, implementando una ventaja competitiva, así como también colaborando con el pago de impuestos y con la economía de nuestro país.

Como ya se estipuló la implementación de la nueva línea de pantalones a base de fibra PET, generará fuentes de empleo, además de ello aportará con el cuidado del medio ambiente de los fabricantes, ya que para su elaboración se necesita 3 envases de 2.5 litros por cada metro de tela, reduciendo el gasto energético y la emisión de CO₂. Generando así a los manufactureros mayores ingresos y la satisfacción de aportar con el cuidado del ecosistema.

Por último lo que se pretende obtener con la investigación, es atraer una cultura de colaboración, fomentar el trabajo en equipo, el cuidado del medio ambiente, en si rechazar gran parte de la informalidad que posee la empresa, para que pueda expandir sus horizontes.

2.4. Objetivos

General

Determinar la factibilidad de la implementación de una nueva línea de producción de jean infantil para la empresa D'JOMARS JEANS, elaborados a base de fibra de plástico PET, en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, año 2016.

Específicos

- Definir la situación actual de la empresa D'JOMARS JEANS, con el fin de enfatizar las falencias existentes en la misma.
- Analizar el mercado al cual se dirige la implementación de la nueva línea de jean infantil en la empresa D'JOMARS JEANS, elaborada a base de fibra de plástico PET.
- Establecer el tamaño, localización óptima del proyecto y la ingeniería del proyecto a través de un estudio técnico que precisa la implementación de la nueva línea de producción de jean infantil elaborados a base de fibra de plástico PET.
- Plantear una estructura organizativa acorde con las necesidades de la empresa D'JOMARS JEANS mediante un estudio organizativo.
- Determinar la factibilidad económica-financiera de la implementación de la nueva línea de producción de jean infantil elaborada a base de fibra de plástico PET.

2.5. Beneficiarios

Las prendas van dirigidas para niños de 4 a 13 años que gusten vestir a la moda con diseños creativos y para aquellos consumidores que llevan su responsabilidad con el cuidado del planeta sobre la piel, de uso diario, escolar y vacacional. Puede ser dirigido al sector alto, medio o bajo.

2.6. Resultados a alcanzar

A través de la definición de la situación actual de la empresa, se podrá determinar las fortalezas y debilidades que mantiene, con el fin de determinar la necesidad de la implementación de la nueva línea de jean infantil.

Mediante el estudio de mercado se pretende establecer la aceptación de la nueva línea de jean infantil a base de plástico de fibra PET, con la aplicación de las encuestas a los clientes de la empresa, y a su vez satisfacer la demanda, generando una concientización en el cuidado del ecosistema.

Por medio del estudio técnico, se determinara el tamaño óptimo del proyecto, así también se detallará los procesos, materiales y sus respectivos costos, necesarios para continuar con el estudio financiero.

Se diseñará una estructura organizacional adecuada que identifique de manera idónea la jerarquización de los puestos de trabajo, a la par de sus funciones, que abarque las necesidades de la empresa, en cuanto a la implementación de la nueva línea de jean infantil.

Para la parte financiera, se obtendrá la inversión inicial con la cual se determinará la factibilidad del proyecto, así como también su rentabilidad, colaborando con el crecimiento y desarrollo de la empresa, sin dejar de lado la aplicación de indicadores, los cuales ayudaran en la toma de decisiones futuras para la empresa.

Otro resultado significativo es el apoyo con el cambio en la matriz productiva en nuestro país, innovando y mejorando la calidad del producto para generar mayor distinción del producto.

Capítulo III

Estudio del mercado

El estudio de mercado tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos (Morales J., Morales A., 2009).

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización (Baca U., 2013).

A través del estudio de mercado se pretende fijar la Demanda Potencial Insatisfecha a ser dirigido al nuevo producto y el medio por el cual se dará a conocer.

3.1. Descripción de producto, características y uso.

La nueva línea que se pretende implementar en la empresa D´JOMARS JEANS son prendas exclusivamente para niños, elaborados a base de fibra de plástico PET. Dicha fibra cuenta con muchas características, las mismas que incluyen una fácil maniobrabilidad al momento de la confección, de tal manera que el acabado del producto mantenga una ventaja competitiva, ya que se ofertara dos tipos de acabado; clásicos y modelos, en el siguiente gráfico se presenta las características de los dos tipos de producto:

Gráfico N° 3: Pantalón clásico



Fuente: Empresa D´JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Para el pantalón clásico se pueden elaborar con la basta entubada o semientubada, pero no posee diseño en ningún lugar del pantalón, los bolsillos traseros son sencillos con una figura, asimismo su lavado es simple.

Gráfico N° 4: Pantalón con modelo



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Los pantalones con modelo deben ser necesariamente entubados, los cuales en la actualidad están a la moda, tendrán ciertos detalles y accesorios en la parte trasera o delantera como: bordados, cierres, partes de cuero, bolsillos con figuras animadas, dependiendo del diseño a ser confeccionado, acompañándolo con un lavado profesional que puede ser con desgastes, manualidades, rasgados, etc.

La principal característica es que su elaboración se base en fibra de plástico PET la cual viene incluida en la tela (materia prima), siendo un factor sustitutivo del poliéster que comúnmente utilizan para su elaboración. A través del uso de este material se podrán elaborar los diferentes tipos de pantalones de acuerdo con el diseño, moda que nuestros consumidores requieran.

El producto es de naturaleza y uso no perecederos, es decir duraderos, ya que son prendas de

vestir de calidad y de uso diario, Baca G., (2010). También se puede identificar que la empresa se encarga de vender la prenda a intermediarios alrededor del país, de manera que llegue al consumidor final.

3.1.1. Segmentación de mercado.

Para la segmentación se tomó de referencia el total en la base de datos de la cartera de clientes que la empresa posee, ya que su mercado se enfoca de manera preferencial a la venta al por mayor.

De acuerdo al listado de clientes tenemos lo siguiente:

Tabla N° 2: Segmentación de mercado

Variable de segmentación	Variable	Datos	Fuente	Año
Por uso o utilización	Clientes	128	D'JOMARS JEANS	2015

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

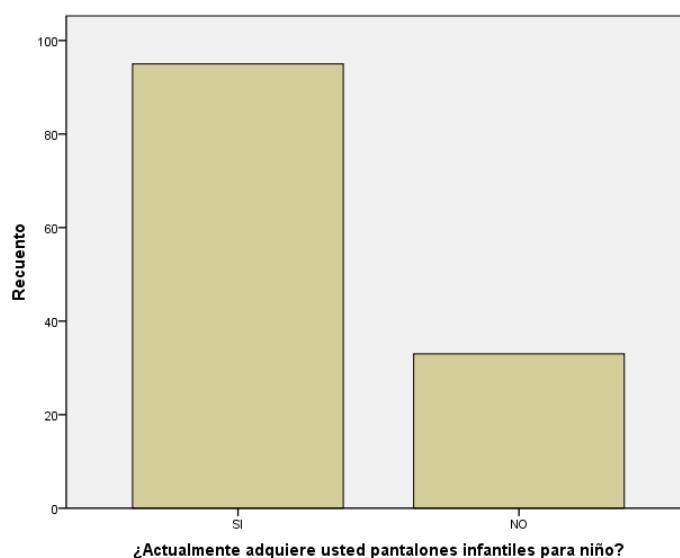
Al mantener la empresa una cartera de clientes total de 128 para el año 2015, ver Anexo 2; se realizó la encuesta en su totalidad, ya que no supera los 300 clientes, siendo un número considerable para la recolección de datos a través de la encuesta, ver Anexo 3.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Tabla N° 3: Demanda actual de pantalón infantil de niño.

		¿Actualmente adquiere usted pantalones infantiles para niño?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	95	74,2	74,2	74,2
	NO	33	25,8	25,8	100,0
Total		128	100,0	100,0	

Gráfico N° 5: Demanda actual de pantalón infantil de niño.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

Del total de clientes encuestados el 74% ha manifestado que actualmente adquieren pantalones infantiles de niños, y el 26% no adquieren pantalones infantiles de niño.

Se puede observar un resultado positivo, ya que en su mayoría adquieren pantalones de niño, el cual pasa a formar parte preliminar de nuestro mercado objetivo, la diferencia se pueden

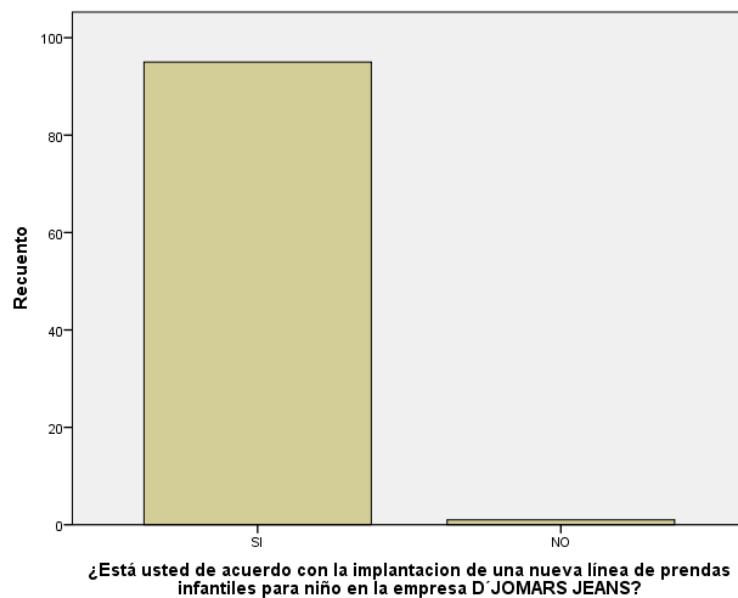
ver incentivados con el producto, ya que un componente sustituto en la tela es la fibra de plástico PET.

Tabla N° 4: Demanda potencial de pantalón infantil de niño.

¿Está de acuerdo con la implantación de una nueva línea de jean infantil para niño en la empresa D´JOMARS JEANS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	126	98,4	98,4	98,4
	NO	2	1,6	1,6	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 6: Demanda potencial de pantalón infantil de niño.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

Del 100% de clientes encuestados el 98% está de acuerdo con la implantación de una nueva línea de jean infantil de niño, mientras que el 2% no está de acuerdo.

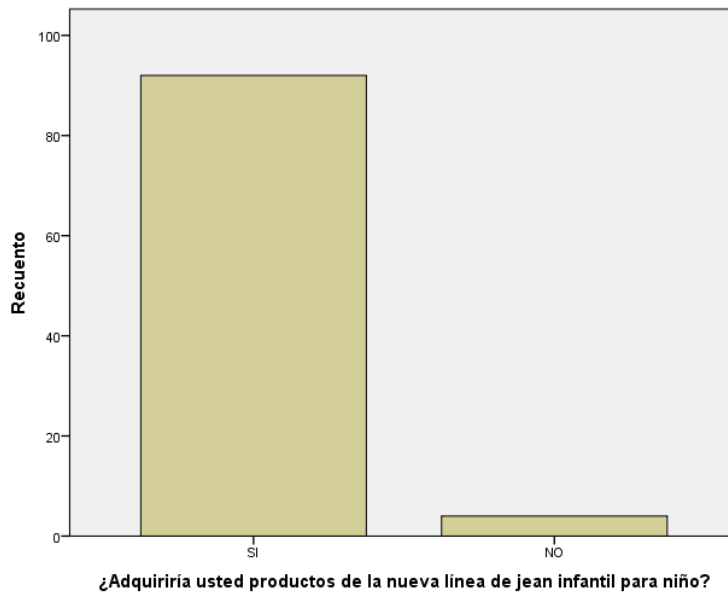
Los resultados obtenidos fueron satisfactorio para la empresa, ya que en su mayoría están de acuerdo con la implantación, obteniendo una demanda interesada en la idea de los pantalones

infantiles para niño. El porcentaje restante se dirige a la demanda del jean para hombre adulto.

Tabla N° 5: Mercado meta de la nueva línea de pantalón infantil de niño.

		¿Adquiriría usted productos de la nueva línea de jean infantil para niño?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	123	96,1	96,1	96,1
	NO	5	3,9	3,9	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 7: Mercado meta de la nueva línea de pantalón infantil de niño.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

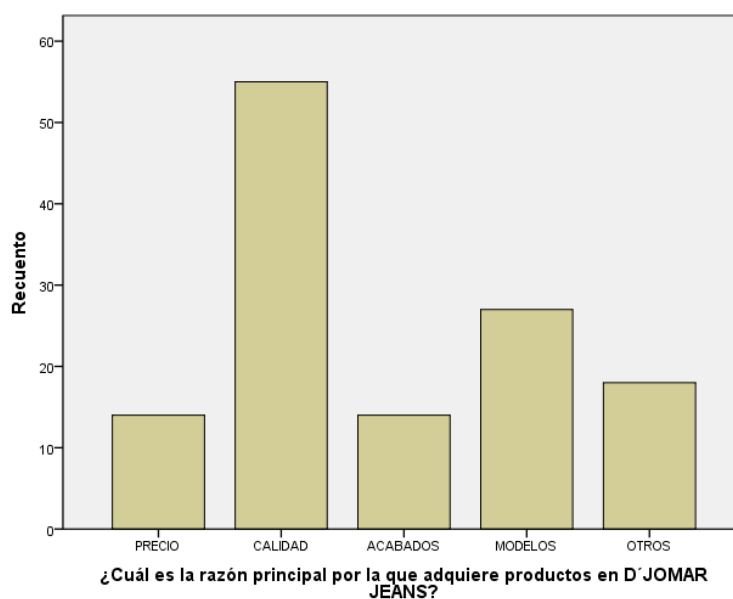
Se verifica que el 96% de clientes encuestados están dispuestos a adquirir el producto de la nueva línea de jean infantil para niño y el 4% no está de acuerdo.

Los clientes que están dispuestos a adquirir el producto se convierten en la demanda del producto, por lo tanto el enfoque será directamente a este porcentaje.

Tabla N° 6: Factores de adquisición.

¿Cuál es la razón principal por la que adquiere productos en D´JOMAR JEANS?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PRECIO	14	10,9	10,9	10,9
	CALIDAD	55	43,0	43,0	53,9
	ACABADOS	14	10,9	10,9	64,8
	MODELOS	27	21,1	21,1	85,9
	OTROS	18	14,1	14,1	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 8: Factores de adquisición.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos el 11% de los clientes expusieron que la razón principal por la que adquieren en D´JOMAS JEANS es por el precio, el 43% manifestaron la calidad, el 11% por los acabados, el 21% por modelos en la prenda y el 14% optaron por otros.

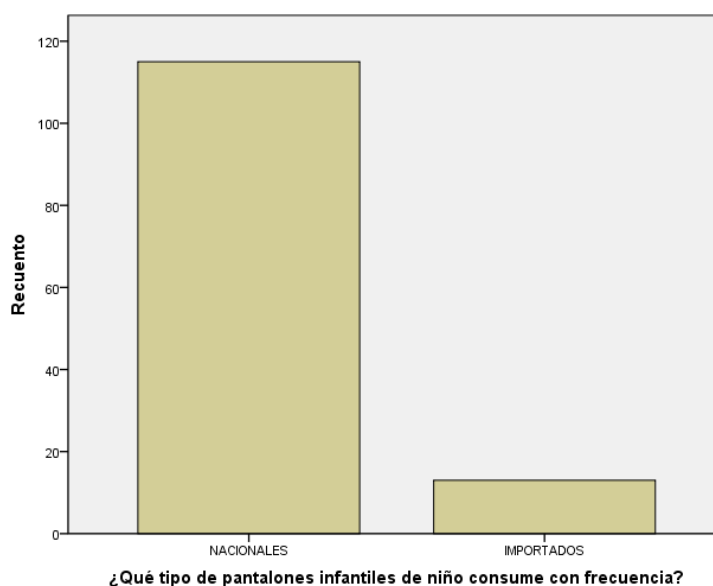
La mayoría de los clientes han reconocido la calidad del producto, los modelos en las prendas es otra variable importante en la decisión del cliente, en tercer lugar se encuentra la opción

otros, que fue determinada por el servicio al cliente, pero también se puede determinar la escasa variedad de líneas en la empresa.

Tabla N° 7: Tipo de pantalones infantiles de niño.

¿Qué tipo de pantalones infantiles de niño consume con frecuencia?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NACIONALES	115	89,8	89,8	89,8
	IMPORTADOS	13	10,2	10,2	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 9: Tipo de pantalones infantiles de niño.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

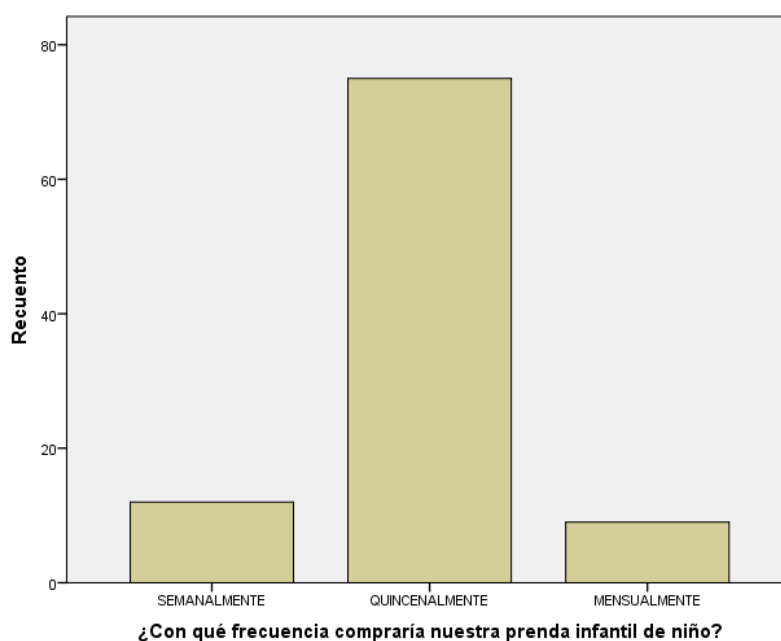
Del total de clientes encuestados, el 90% consumen pantalones infantiles de niño nacionales, mientras que el 10% consume pantalones infantiles importados.

Obteniendo como resultado una oportunidad en el consumo de pantalones infantiles nacionales por la mayoría de los clientes, la diferencia es significativa por la presencia de importaciones ilegales.

Tabla N° 8: Frecuencia de compra de pantalones infantiles.

		¿Con qué frecuencia compraría prendas infantiles de niño?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SEMANALMENTE	16	12,5	12,5	12,5
	QUINCENALMENTE	100	78,1	78,1	90,6
	MENSUALMENTE	12	9,4	9,4	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 10: Frecuencia de compra de pantalones infantiles.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

Acorde a las encuestas realizadas a los clientes, el 13% adquieren prendas infantiles semanalmente, el 78% lo hace quincenalmente y el 9% mensualmente.

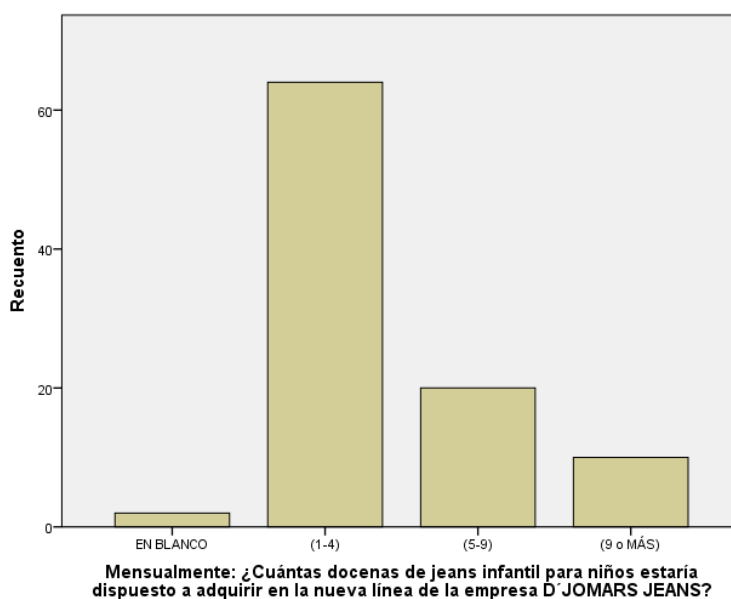
Es decir que la mayor parte de clientes prefieren adquirir prendas infantiles quincenalmente y en menor frecuencia adquieren de forma semanal y mensual, excepto en temporadas especiales como la navidad donde se incrementan las ventas semanales.

Tabla N° 9: Cantidad de adquisición de la nueva línea de pantalón infantil de niño.

Mensualmente: ¿Cuántas docenas de jean infantil para niños estarían dispuesto a adquirir en la empresa D´JOMARS JEANS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN BLANCO	2	1,6	1,6	1,6
	(1-4)	86	67,2	67,2	68,8
	(5-9)	27	21,1	21,1	89,8
	(9 O MÁS)	13	10,2	10,2	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 11: Cantidad de adquisición de la nueva línea de pantalón infantil de niño.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

De entre los clientes encuestados el 67% está dispuesto a adquirir de 1 a 4 docenas mensualmente, el 21% está dispuesto a adquirir de 5 a 9 docenas, el 10% de 9 a más docenas y el 2% se encontraron en blanco.

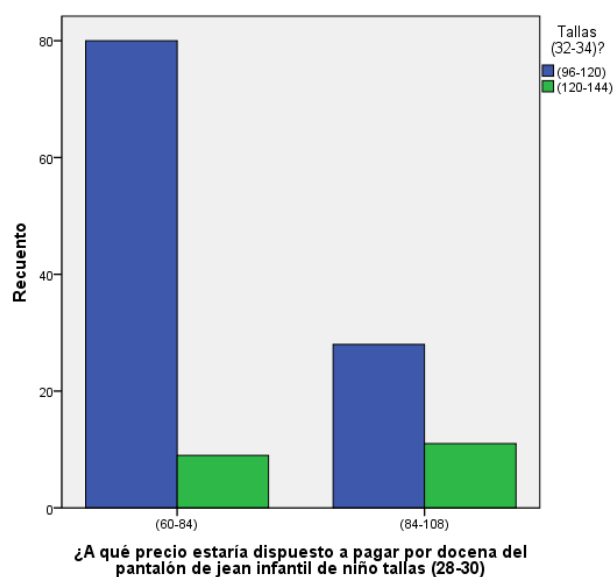
El porcentaje mayor de adquisición acorde con los resultados es la adquisición promedio de 2,5 docenas por cliente al mes y en segundo lugar sobresale un promedio de 7 docenas al mes. Generando a la empresa el impulso de crear una ventaja competitiva, por medio del uso de la fibra de plástico PET en la tela con diseños exclusivos.

Tabla N° 10: Determinación de precio de la nueva línea de pantalón infantil de niño.

¿A qué precio estaría dispuesto a pagar por docena del pantalón de jean infantil de niño tallas (28-30) * Tallas (32-34)?

		Tallas (32-34)		Total
		(96-120)	(120-144)	
¿A qué precio estaría dispuesto a pagar por docena del pantalón de jean infantil de niño tallas (28-30)	(60-84)	80	9	89
	(84-108)	28	11	39
Total		108	20	128

Gráfico N° 12: Determinación de precio de la nueva línea de pantalón infantil.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

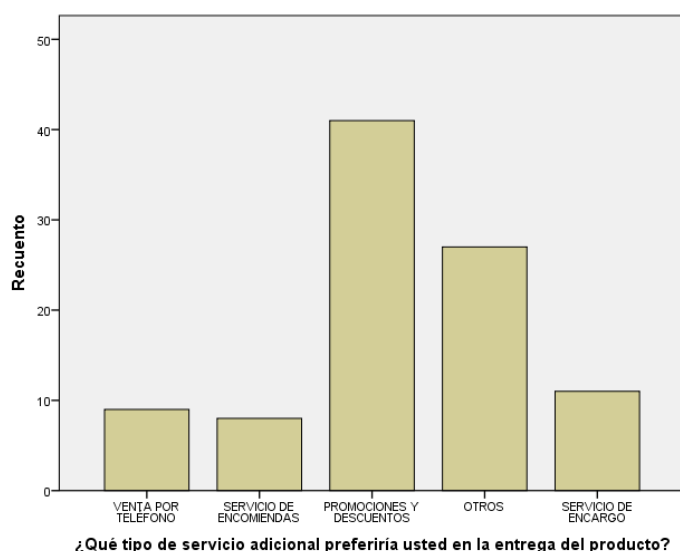
Del 100% de encuestados el 70% está dispuesto a pagar (\$60-\$84) en las tallas (28-30) y (\$96-\$120) en las tallas (32-34), el 30% restante está de acuerdo con la segunda opción, que es (\$84-\$108), (\$120-\$144) respectivamente.

Es preciso conocer la aceptación de los precios por parte de los clientes, quienes están dispuestos a pagar un promedio de \$72 las tallas 28-30, y un promedio de \$108 las tallas 32-34, los precios que los clientes solicitan deben estudiarse con los costos que tendrán las prendas para fijarlos correctamente.

Tabla N° 11: Tipos de servicio para los clientes de la nueva línea.

¿Qué tipo de servicio preferiría usted en la entrega del producto?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VENTA POR TELÉFONO	12	9,4	9,4	9,4
SERVICIO DE ENCOMIENDAS	11	8,6	8,6	18,0
PROMOCIONES Y DESCUENTOS	53	41,4	41,4	59,4
SERVICIO DE ENCARGO	15	11,7	11,7	71,1
OTROS	37	28,9	28,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 13: Tipos de servicio para los clientes de la nueva línea.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

Se preguntó a los clientes encuestados acerca del servicio de preferencia a lo que, el 10% prefiere un servicio de venta por teléfono, el 9% servicio de encomiendas, el 41% en promociones y descuentos, el 12% requiere de servicio de encargo y el 30% han establecido otros.

Es evidente que la mayor parte de clientes prefieren promociones y descuentos, sin embargo otra gran parte de clientes manifestaron la preferencia de la venta directa, ya que mantiene

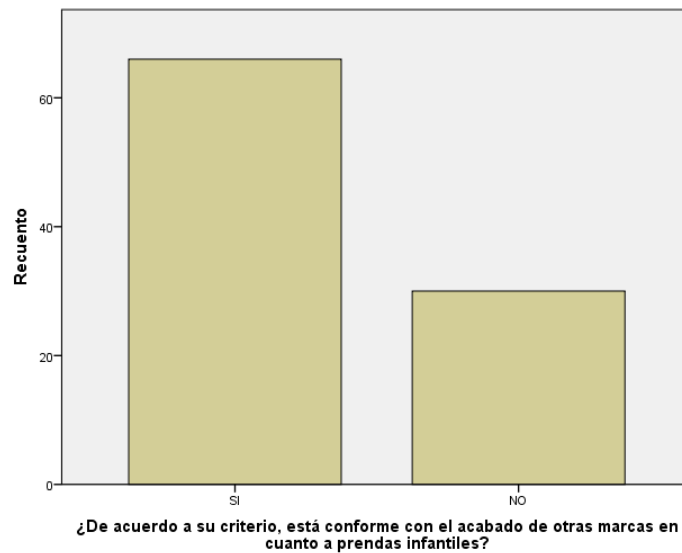
dos plazas, como es Quito y Guayaquil, la diferencia de encuestados mostraron otras respuestas que van acorde a su mercado.

Tabla N° 12: Conformidad con el acabado en otras marcas.

¿De acuerdo a su criterio, está conforme con el acabado de otras marcas en cuanto a prendas infantiles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	88	68,8	68,8	68,8
	NO	40	31,3	31,3	100,0
Total		128	100,0	100,0	

Gráfico N° 14: Conformidad con el acabado en otras marcas.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

El 69% de encuestados están conformes con el acabado del producto y el 31% restante no está conforme.

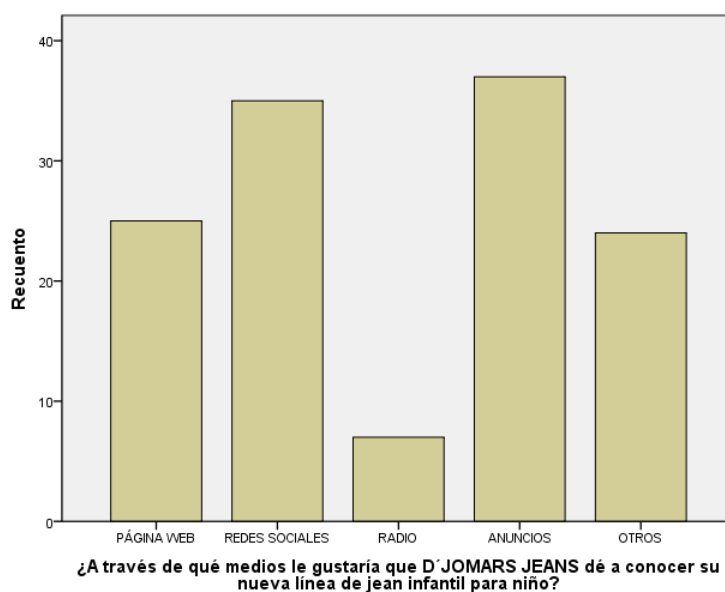
Se puede determinar que existe un mínimo de inconformidad con los productos nacionales en otras marcas, pero existe la necesidad de mejorar la calidad de los productos.

Tabla N° 13: Medios para dar a conocer el producto de la nueva línea a los clientes.

¿A través de qué medios le gustaría que D'JOMARS JEANS dé a conocer su nueva línea de jean infantil para niño?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PÁGINA WEB	25	19,5	19,5	19,5
	REDES SOCIALES	35	27,3	27,3	46,9
	RADIO	7	5,5	5,5	52,3
	ANUNCIOS	37	28,9	28,9	81,3
	OTROS	24	18,8	18,8	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 15: Medios para dar a conocer el producto de la nueva línea a los clientes.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

Para que la empresa de a conocer su nueva línea se obtuvo como resultado un 20% por medio de página web, el 27% prefieren redes sociales, el 5% por radio, el 29% a través de anuncios, y el 19% optaron por otros.

La mayoría de clientes optaron por los anuncios para dar a conocer la nueva línea de jean infantil, el cual no es viable por la ubicación de los clientes, el porcentaje subsiguiente es el

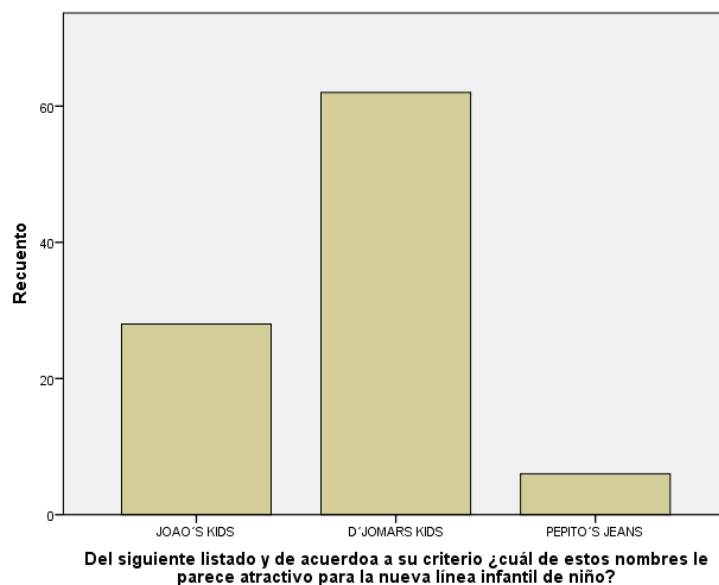
dar a conocer a través de redes sociales el cual se encuentra al alcance de la empresa y para una mejor recepción el aviso personal.

Tabla N° 14: Marca para los pantalones de la nueva línea.

Del siguiente listado y de acuerdo a su criterio, ¿cuál de estos nombres le parece atractivo para la nueva línea infantil de niño?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	JOAO´S KIDS	37	28,9	28,9	28,9
	D´JOMARS KIDS	83	64,8	64,8	93,8
	PEPITO´S JEANS	8	6,3	6,3	100,0
	Total	128	100,0	100,0	

Gráfico N° 16: Marca para los pantalones de la nueva línea.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis e Interpretación:

Finalmente con respecto a la marca se alcanzó el 29% para JOAO´S KIDS, el 65% para D´JOMARS KIDS y el 6% por PEPITO´S KIDS.

La marca con mayor valoración está definida por D'JOMARS JEANS KIDS, ya que los clientes prefieren mantener el nombre actual de la marca que es reconocida durante los años de existencia de la empresa.

Conclusiones:

De acuerdo a los análisis e interpretaciones realizadas en las encuestas de los clientes de la empresa D'JOMARS JEANS, se puede manifestar que en su mayoría están de acuerdo con la implantación de la nueva línea de pantalones infantiles para niño, con un mercado meta del 96% con el que se establecerá nuestra demanda y también nuestro mercado potencial.

La razón principal de reconocimiento y adquisición de productos en D'JOMARS JEANS, es por la calidad del producto, ya que son duraderos y con modelos variados. También se estableció la preferencia del 90% por prendas nacionales lo cual es favorable para la empresa, con una frecuencia relevante de compra quincenal.

Para la determinación del servicio preferencial por parte de los clientes prevalecen las promociones y descuentos y como publicidad optaron por las redes sociales y por medio de anuncios personales. En cuanto al nombre de la marca establecida por los consumidores, se estipuló D'JOMARS KIDS, ya que gran parte de consumidores reconocen las prendas por la marca.

3.2. Estudio de la demanda

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda a la cantidad de productos (bienes y servicios) que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica (Morales J., Morales A., 2009).

Cuantifica el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto (Sapag N., Sapag R., 2014).

El cálculo de la Demanda de clientes se realizó acorde a la repuesta de las encuestas, según pregunta #3, acerca de la adquisición de productos de la nueva línea de jean infantil para niño con la frecuencia de compra.

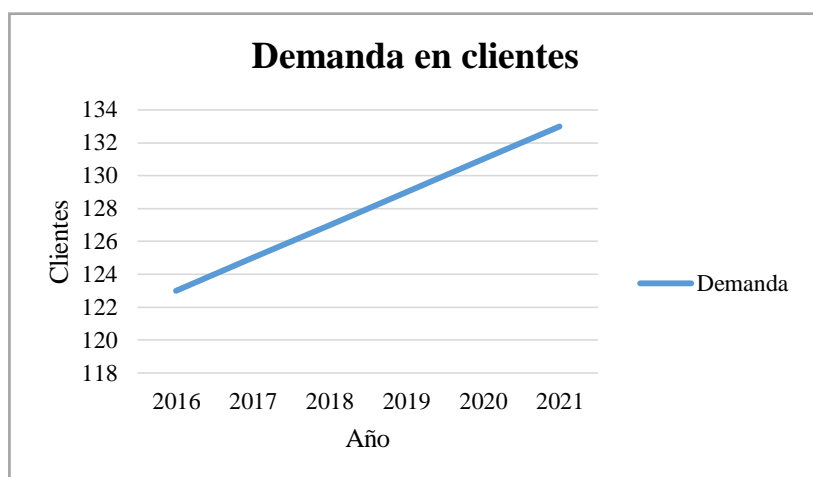
Tabla N° 15: Demanda en clientes de jean infantil proyectada.

Año	Demanda	Demanda real en clientes	Tasa de crecimiento poblacional
2016	128	123	1,56%
2017	130	125	2
2018	132	127	2
2019	134	129	2
2020	136	131	2
2021	138	133	2

Fuente: INEC 2015

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 17: Demanda en clientes de jean infantil proyectada.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes de la empresa se ha podido determinar que el 96% manifestaron que están de acuerdo con la compra de los productos de la nueva línea de jean infantil para niño, es decir que hemos encontrado la demanda de 123 clientes.

Tabla N° 16: Análisis de la demanda en productos infantiles.

Análisis de la demanda en jean infantil.						
DEMANDA EN JEAN INFANTIL						
Frecuencia de consumo	Mercado objetivo en clientes	Docenas	Promedio	Total	#Semanas	T/Anual Docenas
13%	16	1_4	2,5	40	52	2.080
78%	96	5_9	7	672	24	16.128
9%	11	9	9	99	12	1.188
Total	123		Total	819	Total DP	19.396

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

DEMANDA EN PRODUCTO

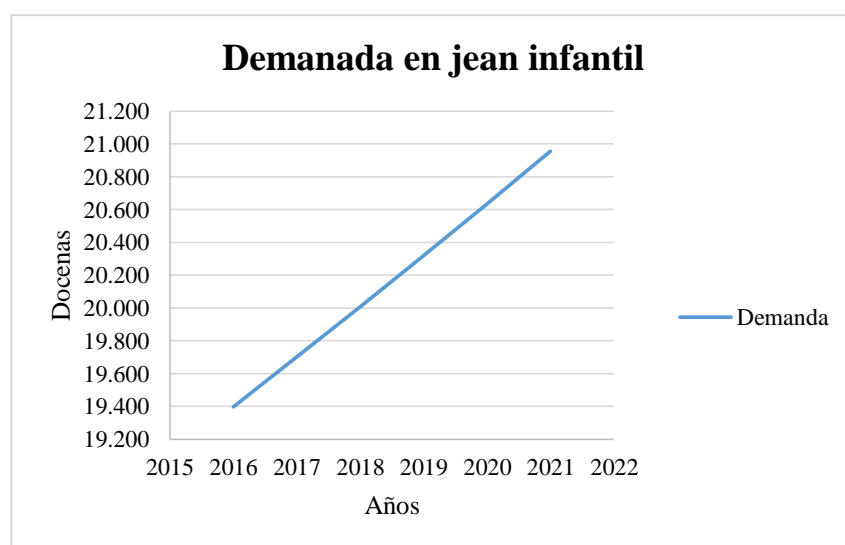
Tabla N° 17: Demanda por docenas en jean infantil proyectado.

Año	Demanda en jean infantil por docenas	Tasa de crecimiento poblacional
2016	19.396	1,56%
2017	19.699	303
2018	20.006	307
2019	20.318	312
2020	20.635	317
2021	20.957	322

Fuente: INEC 2015

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 18: Demanda por docenas en jean infantil proyectado.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

Para el cálculo de la demanda de productos se toma como referencia la frecuencia de compra y el número de docenas a adquirir del producto nuevo por el número de semanas obteniendo un total de 19.396 docenas anuales demandadas por los clientes actuales.

3.3. Estudio de la oferta

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades (Morales J., Morales A., 2009).

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Baca U., 2013).

Son los productos que las empresas ponen a disposición de los consumidores, en este caso el número de jean infantiles que se pondrán a venta, con el fin de satisfacer a los clientes.

Tabla N° 18: Análisis de la oferta de acuerdo con la competencia en línea de jean infantil.

OFERTA EN JEAN INFANTIL			
EMPRESAS DE JEAN INFANTIL	DIRECCIÓN	AÑO	TOTAL EN DOCENAS
CONFECCIONES LISS	Puerto Arturo	2015	830
JONGARO JEANS	Puerto Arturo	2015	90
RUBEL JEANS	Las Carmelitas	2015	167
	Total Oferta		1087
	Promedio		362

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

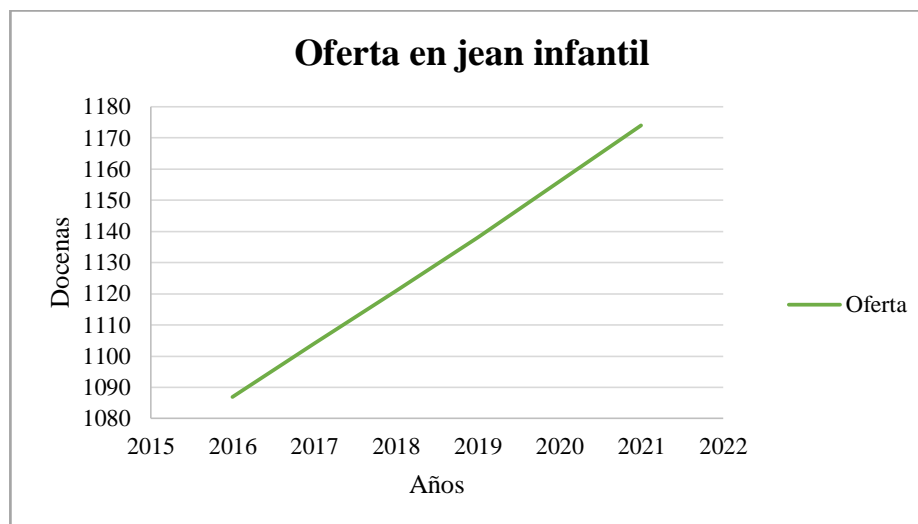
Tabla N° 19: Proyección de la oferta en jean infantil.

Año	Oferta en jean infantil por docenas.	Tasa de crecimiento poblacional
2016	1087	1,56%
2017	1104	17
2018	1121	17
2019	1138	17
2020	1156	18
2021	1174	18

Fuente: INEC 2015

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 19: Oferta por docenas en jean infantil proyectada.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

De acuerdo con los datos recaudados por tres empresas que confeccionan pantalones infantiles para niños en el año 2015 se obtuvo una oferta total de 1.087 docenas de jean infantil de niños. Un dato importante que se puede recalcar es que la competencia fabrica Jean de niños por temporada en especial para la navidad.

3.4. Mercado potencial para el proyecto.

La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros sobre la cual se ha determinado que ningún productor podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo (Baca U., 2013).

Es la determinación en términos cuantitativos de los requerimientos de productos o servicios para satisfacer las necesidades de la población (Morales J., Morales A., 2009).

Es el resultado de la diferencia cuantitativa entre la demanda y la oferta, para satisfacer las necesidades de los consumidores.

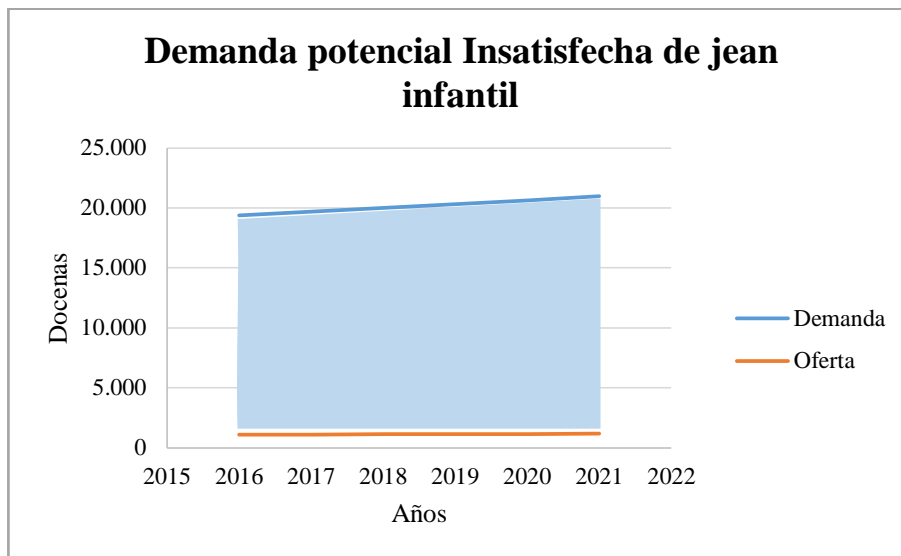
Tabla N° 20: Demanda Potencial Insatisfecha en jean infantil por docenas proyectada.

Año	Demanda en productos por docenas	Oferta en productos por docenas	DPI de productos infantiles
2016	19.396	1087	18309
2017	19.699	1104	18595
2018	20.006	1121	18885
2019	20.318	1138	19180
2020	20.635	1156	19479
2021	20.957	1174	19783

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 20: Demanda Potencial Insatisfecha de jean infantil en docenas proyectada.



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

La demanda potencial insatisfecha del nuevo producto infantil a ser implementado en la empresa D'JOMARS JEANS nos da un resultado total de 18.309 docenas, es decir que existe una gran demanda del producto, y va en constante crecimiento a través de los años.

3.5. Precios

El precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios (Morales J., Morales A., 2009).

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Baca U., 2013).

Es el valor monetario al cual los productores venden su producto de acuerdo con el mercado al que va dirigido. Para el cálculo de los ingresos de la línea de jean infantil se tomara el precio promedio de la competencia se puede visualizar en la Tabla N° 24.

Tabla N° 21: Análisis de precios de acuerdo con la competencia.

EMPRESAS DE JEANS INFANTIL	DIRECCIÓN	TALLAS			
		28-30		32-34	
		Unitario	Docenas	Unitario	Docenas
CONFECCIONES LISS	Puerto Arturo	\$ 8,50	\$ 102,00	\$ 9,50	\$ 114,00
JONGARO JEANS	Puerto Arturo	\$ 8,25	\$ 99,00	\$ 9,25	\$ 111,00
RUBEL JEANS	Las carmelitas	\$ 8,25	\$ 99,00	\$ 9,00	\$ 108,00
	Promedio	\$ 8,33	\$ 100,00	\$ 9,25	\$ 111,00
	Precio promedio de 28-34	\$	8,79	\$	105,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 22: Proyección precios tallas 28-30.

PROYECCIÓN DE PRECIOS TALLAS 28-30			
Año	Unitario	Docenas	Inflación
2015	\$ 8,33	\$ 100,00	3,38%
2016	\$ 8,62	\$ 103,38	0,28
2017	\$ 8,91	\$ 106,87	0,29
2018	\$ 9,21	\$ 110,49	0,30
2019	\$ 9,52	\$ 114,22	0,31
2020	\$ 9,84	\$ 118,08	0,32

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 23: Proyección precios tallas 32-34.

PROYECCIÓN DE PRECIOS TALLAS 32-34			
Año	Unitario	Docenas	Inflación
2015	\$ 9,25	\$ 111,00	3,38%
2016	\$ 9,56	\$ 114,75	0,31
2017	\$ 9,89	\$ 118,63	0,32
2018	\$ 10,22	\$ 122,64	0,33
2019	\$ 10,57	\$ 126,79	0,35
2020	\$ 10,92	\$ 131,07	0,36

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 24: Proyección precio promedio de las tallas 28-34.

PROYECCIÓN DE PRECIOS PROMEDIO 28-34			
Año	Unitario	Docenas	Inflación
2015	\$ 8,79	\$ 105,50	3,38%
2016	\$ 9,09	\$ 109,07	0,30
2017	\$ 9,40	\$ 112,75	0,31
2018	\$ 9,71	\$ 116,56	0,32
2019	\$ 10,04	\$ 120,50	0,33
2020	\$ 10,38	\$ 124,58	0,34

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

3.6. Canales de comercialización

Para la comercialización del producto de la nueva línea en la empresa D'JOMARS JEANS se lo realizará a través de un intermediario, que son los vendedores quienes se encargan de entregar los productos, ya que nuestros precios son de fabricantes. De tal modo que nuestros clientes se encargan de vender a los consumidores finales.

3.7. Canales de distribución

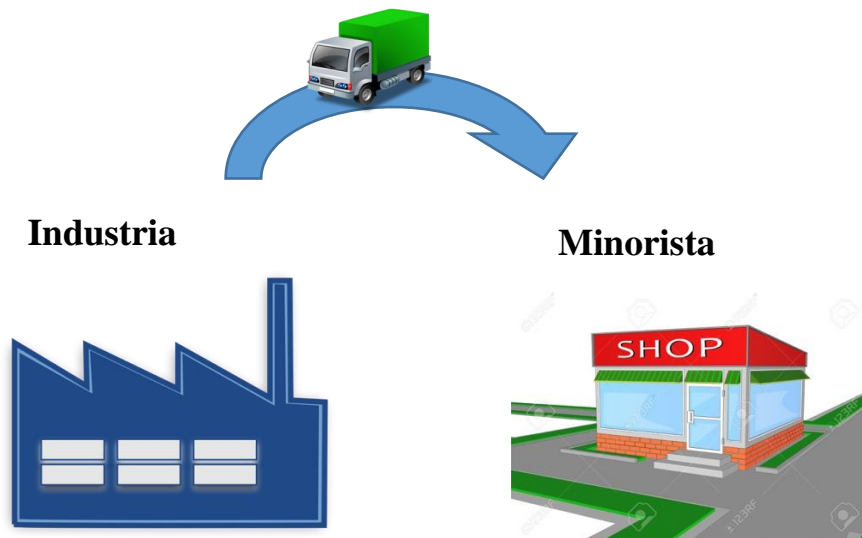
La empresa D`JOMARS JEANS posee un canal definido ya que sus años de experiencias y la calidad de sus productos, se han dado a conocer a los clientes, cuenta con dos agentes vendedores, los cuales nos ayudarán con la distribución de las prendas.

Mantiene tres mercados viables asociadas en tres ciudades del país, que son: Ambato, Quito y Guayaquil.

Existen varias ciudades a las que se entrega el producto de forma directa como son: Manta, Quevedo, Chone, Latacunga, Guaranda, Puyo y el Tena.

Gracias a que la empresa mantiene una cartera confiable, se realizan encomiendas a ciertas ciudades, respaldadas con depósitos en la cuenta de la empresa.

Gráfico N° 21: Canales de distribución



Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Ventajas:

- ✓ Rotación de inventario más rápida.
- ✓ Ahorro de tiempo.
- ✓ Precio de venta no muy elevado.
- ✓ Optimización de recursos.
- ✓ Utilidad acorde a la cantidad vendida.

Desventaja:

- ✓ Mayor riesgo de pérdidas.

3.8. Estrategias de comercialización**Producto**

Se ofrece pantalones infantiles para niños de entre 4 y 13 años, divididas en las siguientes tallas: 28, 30, 32 y 34 elaborados a base de fibra de plástico PET de calidad y duraderos, con diseños variados, contribuyendo con la responsabilidad de la conservación del medio ambiente. De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas, referente a la marca para la nueva línea, se obtuvo mayor aceptación el nombre de “D’JOMARS” KIDS.

Precio

Los precios serán accesibles acorde a las tallas y similar al de la competencia, dirigidos únicamente a mayoristas que realicen una compra mayor a seis prendas de contado. En cuanto al crédito se otorgara únicamente a la cartera de clientes con un plazo de 15, 30 y 45 días máximo, con el fin de incentivar la fidelidad de los clientes.

Plaza

El nuevo producto se ofrecerá en tres plazas, Ambato, Quito y Guayaquil conocidos como; Mercado Mayorista, Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos y ASOTEX JEAN, respectivamente. Tales lugares, cuentan con garaje, parada de buses urbanos e interprovinciales, servicio de taxis y camionetas, bancos y cajeros, de fácil acceso para que los consumidores adquieran productos al por mayor.

Para la ciudad de Latacunga, Guaranda, Puyo y Tena se realiza la entrega de mercadería de forma directa, los días sábados y jueves, respectivamente, contribuyendo con la comodidad de los clientes, a través del ahorro de tiempo.

Para el resto de ciudades, como Manta, Chone, Quevedo, se recopilan pedidos a través de llamadas telefónicas, para su posterior envío a través de encomiendas de forma segura, con el respaldo de los depósitos, para su validación se realiza una visita directa al cliente una vez al año.

Promoción

El producto se dará a conocer a través de las redes sociales y por anuncios directos a los clientes, de tal manera que facilite su comprensión. Así como también se plasmara el sello verde del cuidado ambiental en las etiquetas de las prendas.

De acuerdo al sector y la naturaleza del negocio se puede manifestar las siguientes promociones:

- Se realizaran descuentos en el precio a los clientes que adquieran el producto de contado y que supere las cuatro docenas.

- En temporada navideña se realizara rifas, a clientes potenciales que hayan adquirido productos frecuentemente en el año y se otorgarán aguinaldos.

Capítulo IV

Estudio Técnico

Es la investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Baca U., 2013).

Provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área (Sapag N., Sapag R., Sapag J., 2014).

Es la recopilación y delimitación de datos previos necesarios para la elaboración del estudio financiero del proyecto.

4.1. Tamaño del emprendimiento.

a. Factores determinantes del tamaño.

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se ha enfocado en el factor de la demanda, calculado en el capítulo anterior, ya que en la actualidad la empresa D’JOMARS JEANS posee cierta maquinaria necesaria únicamente para el acabado del pantalón, ya que cuenta

con personal que confeccionan en sus hogares, llamados “maquiladores”, quienes nos prestan su servicio.

Para la confección cada maquilador elabora 22 pantalones aproximadamente al día con tres cocedores y 39 pantalones con cuatro cocedores.

b. Tamaño óptimo.

Es su capacidad de instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica (Baca U., 2013).

La determinación del tamaño debe basarse en dos consideraciones que confieren un carácter cambiante al punto óptimo del proyecto: la relación precio-volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda, y la relación costo-volumen, por las economías y des economías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo (Sapag N., Sapag R., Sapag J., 2014).

Es la capacidad de producción de un bien o servicio de una empresa que se obtendrá en el proyecto a un tiempo determinado.

Demanda potencial Insatisfecha Real

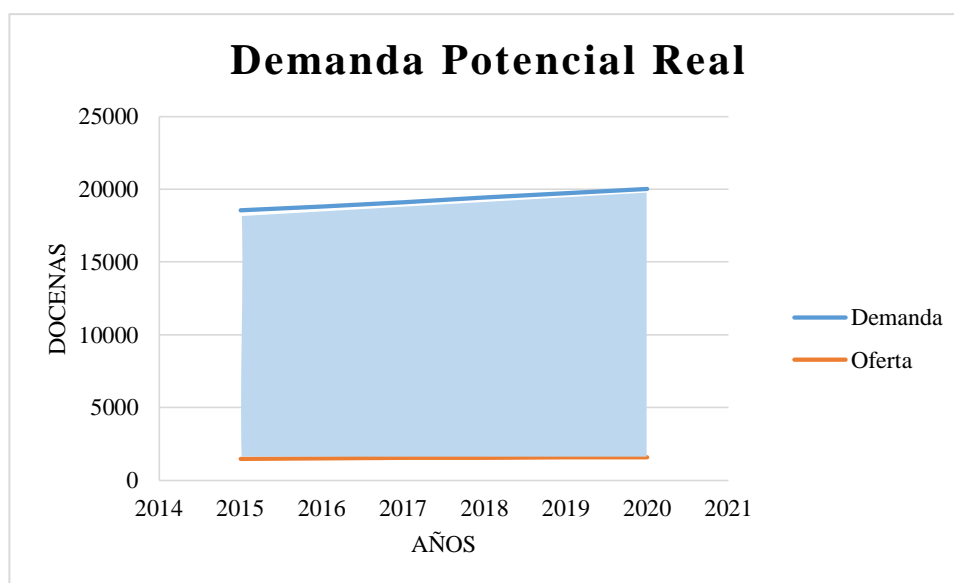
Tabla N° 25: DPI Real proyectada de jean infantil

Año	Demanda Potencial Insatisfecha	DPI REAL	T. Docenas diarias.
		8,1%	
2015	18309	1483	4
2016	18595	1506	4
2017	18885	1530	4
2018	19180	1554	4
2019	19479	1578	4
2020	19783	1602	4

Fuente: Demanda potencial insatisfecha.

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 22: DPI Real



Fuente: Demanda potencial insatisfecha.

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

A través de la DPI real se pueden establecer la capacidad de producción que se dispone, del total de la demanda calculada la empresa no posee la magnitud adecuada, es por ello que se ha calculado un fragmento del 8%, de acuerdo a la capacidad de instalada que posee la

empresa, con una producción de 4 docenas diarias y 1.483 docenas anuales, es decir 17.796 pantalones anuales.

4.2. Localización.

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social) (Baca U., 2010).

Es la determinación de la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden en el proyecto de inversión, contribuyendo con la satisfacción de los requerimientos del mercado y de los insumos (Morales J., Morales A., 2009).

Es el lugar adecuado en el que se instalaría la planta de producción o la generación de servicios, logrando la mayor rentabilidad sobre el capital.

4.2.1 Localización óptima de la nueva línea de producción

Método cuantitativo de puntos ponderados

Permite saber y ubicar estratégicamente el negocio, mediante la optimización de recursos del entorno, dentro de la empresa D JOMARS JEANS.

A= Primera Planta

B= Segunda Planta

Impacto

1=	Bajo
2=	Medio
3=	Alto

Tabla N° 26: Matriz de localización de la nueva línea de jean infantil dentro de la planta.

Factor relevante	A			B	
	Peso Asignado	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Disponibilidad de espacio	0,13	2	0,26	3	0,39
Accesibilidad al área de terminado	0,09	2	0,18	3	0,27
Evitar contratiempos	0,08	1	0,08	3	0,24
Disponer de maquinaria necesaria	0,12	2	0,24	3	0,36
Materiales disponibles	0,11	2	0,22	3	0,33
Salidas de emergencia disponibles	0,09	3	0,27	2	0,18
Zona segura	0,08	2	0,16	2	0,16
Iluminación adecuada	0,07	2	0,14	2	0,14
Evitar desperdicios de MP	0,12	1	0,12	2	0,24
Servicios básicos disponibles	0,11	2	0,22	1	0,11
Suma	1,00		1,89		2,42

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

La localización óptima de la nueva línea de jean infantil dentro de la empresa D´JOMARS JEANS de acuerdo con los resultados arrojados en la matriz de puntos ponderados el mayor puntaje se refleja en la opción B, correspondiente a la segunda planta de la empresa, con una calificación total de 2,42, ya que mantiene un alto impacto en los cinco primeros factores, beneficiando al ahorro de recursos y evitando mayores pérdidas.

a. Macro localización

Empresa: D´JOMARS JEANS

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Sector: Puerto Arturo

Ilustración N° 1: Mapa Macro localización



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jessica Chango

b. Micro localización

Sector: Puerto Arturo

Barrio: San Isidro

Panamericana Norte Km 12 ½ vía a Quito.

Ilustración N° 2: Mapa Micro localización



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis:

Se ha tomado de referencia la ubicación actual de la empresa ya que es un lugar adecuado en las afueras de la ciudad por tanto no contribuye a ninguna clase de contaminación. Por otra parte en su cercanía se encuentra otras empresas de producción de Jean, el sector cuenta con parada de buses hacia la ciudad cada 5 minutos por lo que no se dificulta el transporte, y asimismo se encuentra cerca de la panamericana norte.

4.3. Ingeniería de Proyecto.

“Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.” (Baca U., 2010)

La ingeniería se ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, cuando esta se requiere; sin embargo, también se aplica a las instalaciones necesarias para la generación de servicios que produce el proyecto de inversión (Morales J., Morales A., 2009).

Está representado por los recursos necesarios para la instalación y funcionamiento del proyecto de emprendimiento.

a. Producto – proceso

Tabla N° 27: Proceso de jean infantil para niño.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	MATERIALES
Adquisición de insumos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar adquisición de insumos a compras. 2. Pedir autorización a gerencia. 3. Elaborar y enviar orden de pedido a proveedores. 4. Recepcion de insumos. 5. Verificar y controlar los insumos. 6. Receptar documentos. 	<p>2 minutos 3 minutos 20 minutos 4 horas 15 minutos 2 minutos</p>	<p>Nota de pedido Esferos Resaltador Kardex</p>
Diseño:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elección de un modelo acorde a la demanda del mercado. 2. Sacar patrones del pantalón en un carton. 	<p>2.5 horas 35 minutos</p>	<p>Computador Carton Esferos</p>
Corte:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a igualar la tela en una mesa recatungular. 2. Se realiza el trazado de los moldes. 3. Por último se procede a cortar el trazado. 	<p>1 hora 45 minutos 45 minutos</p>	<p>Tiza de sastre Cortadora.</p>

Fuente: Empresa D'JOMRAS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 28: Proceso de jean infantil para niño.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	MATERIALES
Cosido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unir las piezas cortadas en la respectiva maquinaria 2. Colocar etiquetas respectivamente 	<p>25 minutos 5 minutos</p>	<p>Tela Forro Hilo Hilo de ceda Cierre Etiquetas</p>
Lavado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar servicio de lavado. 2. Enviar pantalones contados. 3. Registrar el numero de pantalones y el tipo de proceso. 4. Recibir y contar los pantalones. 5. Registrar en una nota de entrega. 	<p>1 minuto 3 minutos 1 minuto 1 hora y 30 min. 3 minutos</p>	<p>Nota de pedido Nota de entrega</p>
Pulido y terminado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Colocar los botones de metal en los pantalones. 2. Pulir los residuos de los pantalones. 3. Planchar el pantalón. 4. Colocar cartones y tallas. 5. Ubicar los pantalones en la bodega. 	<p>5 segundos 1 minuto 1 minuto 20 segundos 1 minuto</p>	<p>Botonera Pulidora Tijera Pistola</p>
Venta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un listado de pantalones para surtir en los mercados. 2. Registrar en un documento de salidas. 3. Receptar los pantalones. 4. Entregar los pantalones a los clientes. 	<p>1 minuto 1 minuto 1 minuto 3 minutos</p>	<p>Nota de requisición Kardex Fundas</p>

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

b. Balance de materiales

Materia prima

Es el bien o la sustancia básica que la industria transforma en su proceso productivo, surge de las actividades económicas primarias. (Borja R., 1997).

Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados (García J., 2008).

Son aquellos materiales que intervienen directamente en la transformación del producto y son necesarios para su función, y sufrirán un cambio.

Tabla N° 29: Consumo anual de Materia prima

CONCEPTO	CANT. ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PROVEEDOR
Tela jean (169)	16.906,20	Metros	IMPORDENIM
Tela forro (22)	4.449	Metros	BRAHAMANTEX

Fuente: Empresa D JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Insumos

Es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. Se consume en el curso del proceso industrial. (Borja R., 1997).

Son los materiales que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados (García J., 2008).

Son los materiales que intervienen en la confección del producto, pero que necesariamente sufrirán una transformación como el caso de la tela.

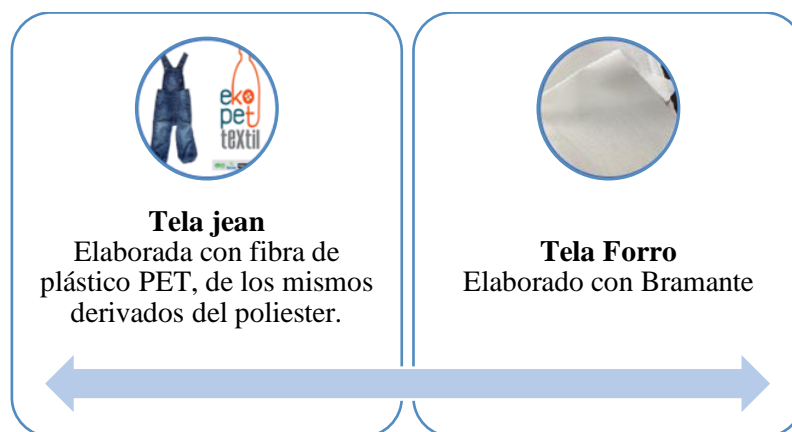
Tabla N° 30: Consumo anual de insumos.

INSUMOS	CANT. ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PROVEEDOR
Hilo de ceda	9,00	Unidades	Distribuidora Villarroel
Hilo 20/2	297,00	Unidades	Distribuidora Villarroel
Cierre 4YG	17.796,00	Unidades	Distribuidora Villarroel
Botones grandes	17.796,00	Unidades	Distribuidora Villarroel
Remaches	53.388,00	Unidades	Distribuidora Villarroel

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 23: Materia prima para jean infantil.



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 24: Insumos para jean infantil.



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Material Indirecto

Es aquel que está en contacto directo con el producto pero no interviene en su transformación (Baca G., 2013).

Se consideran materiales indirectos los consumos auxiliares o complementarios en la elaboración del producto final y no se identifican físicamente en el mismo (Morales J., Morales A., 2009).

Son aquellos materiales que no intervienen en la transformación del producto pero son necesarios para su presentación y venta.

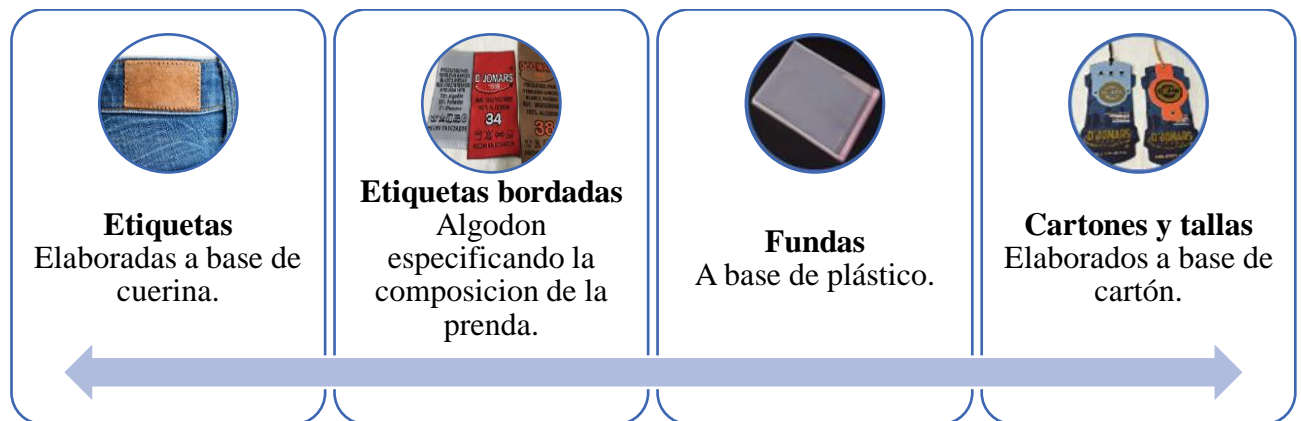
Tabla N° 31: Material Indirecto para jean infantil

Descripción	Cant. Consumo Anual	Unidad de medida
Fundas quintaleras.	720	Unidades
Cartones.	17.796	Unidades
Tallas adhesivas	17.796	Unidades
Etiquetas	17.796	Unidades
Etiquetas bordadas	17.796	Unidades

Fuente: Empresa D´JOMARS JEANS

Elaborado por: Equipo de trabajo.

Gráfico N° 25: Materiales indirectos para jean infantil



Fuente: Empresa D´JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Insumos de producción

Tabla N° 32: Insumos de producción.

Descripción	Cant. Consumo Anual
Luz	2.510 KW/h
Agua	470 m3
Gas	30 tanques

Fuente: Empresa D´JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Representación gráfica de procesos

Tabla N° 33: Cursograma analítico

CURSOGRAMA ANALÍTICO								
Nombre del método: Confección de jean para niño.					Fecha: 21/06/2016			
Método propuesto					Elaboró: Jessica Chango			
					Núm. De cat.			
Detalles del método	Actividad					Tiempo (min)	Distancia (m)	Observaciones
	○	⇒	□	D	▽			
Adquisición de materiales.		●				15	1	Mantiene distribución de tela
Obtener diseño del pantalón.	●						1	Se traza en una plancha de cartón.
Igualar la tela.	●							
Trazar el diseño.	●							Se usa tiza de sastre.
Realizar corte del trazo.	●					180	3	Usando una cortadora
Separar las piezas acorde a las tallas	●						1	
Enviar paquetes a maquiladores.		●				30		Se debe registrar con una rúbrica.
Realizan la confección de los pantalones.	●					30		Servicio de maquila es externo.
Receptar pantalones confeccionados.				●		15	3	Se realiza inspección.
Realizar atraques y ojales.	●						10	
Enviar al proceso de lavado.		●				16		Servicio de lavado externo.
Receptar pantalones procesados.				●		20	5	Inspección de pantalones.
Colocar botones y/o remaches.	●						2	En la botonera.
Pulir residuos de hilos.	●					1	1	Usando pulidora y/o tijera.
Planchar pantalones.	●						2	Planchas a vapor.
Colocar cartones y tallas.				●			1	Inspeccionar terminado.
Almacenar en bodega.				●		8	8	Acorde a tallas y diseño.
Surte mercados		●						Venta de mercadería al por mayor.
Total						315	38	

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Requerimiento de equipo

Tabla N° 34: Equipos estandarizados

N°	EQUIPOS DE CAPACIDAD ESTANDARIZADOS	DESCRIPCIÓN	CANT.	PROVEEDOR
1	Recta electrónica	Sirve para realizar costuras rectas, en todo tipo de tela y equipado con servo motor de ahorra energía con funciones automáticas (1,20 m * 0,25m).	2	CEMAC
2	Cortadora	Sirve para cortar la tela jean, diseñada con un bajo centro de gravedad para facilidad manejo.	1	CEMAC
3	Atracadora	Se utiliza para pegar los pasadores en telas pesadas (1,20m *0,30m).	1	CEMAC
	Total		4	

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 35: Equipo según necesidad

N°	EQUIPOS FABRICANTES SEGÚN NECESIDAD	DESCRIPCIÓN	CANT.	PROVEEDOR
1	Caldero	Con una plancha a vapor, consume gas y tiene una capacidad de 40 litros de agua.	1	CEMAC
	Total		1	

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 36: Herramientas

Descripción	Cant. Consumo Anual	Unidad de medida
Juego de reglas sastre	1	Unidades
Tiza sastre	24	Unidades
Tijeras	3	Unidades

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Requerimiento de personal

Mano de obra directa

Tabla N° 37: Mano de obra directa

Cargo	Descripción	Requerimiento
Cortador y diseñador	Título: Corte y diseño Experiencia: 6 meses Edad: de 25 a 30 años	1
Maquilador	Título: Corte y Confección Experiencia: 1 año Edad: de 21 a 45 años	2
	Total	3

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

La parte esencial del proceso es el servicio de maquila por lo que se requieren tres ocupantes, para el corte y diseño se hace necesario un operario de igual forma para la parte del terminado, ya que este proceso no requiere demasiado tiempo.

c. Período operacional estimado de la planta

La empresa D'JOMARS JEANS mantendrá un período operacional de cinco años acorde con el tiempo del proyecto a ser efectuado de la misma manera con el período de financiamiento.

d. Capacidad de producción

Estándar de producción maquiladores

La producción de un pantalón jean para niño se realiza en un tiempo de 30 minutos, con 8 horas de labor diarias, por lo tanto para los maquiladores nos da los siguientes resultados.

Estándar = 1 pantalón = 25 minutos.

Trabajan: 10 horas diarias. **Producen:** 22 pantalones diarios con dos colaboradores y 39 pantalones con tres colaboradores.

Tabla N° 38: Producción anual por maquilador

MAQUILADORES					
Descripción	Prod. diaria	Prod. semanal	Prod. mensual	Prod. Anual	Colaboradores
Maquilador 1	39,23	294,25	1177	14.124	4
Maquilador 2	22,73	227,33	682	8.184	3
Maquilador 3	22,27	222,67	668	8.016	3
Total	84,23	744,25	1483	30.324	17.796

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Análisis

De acuerdo a la demanda potencial Insatisfecha real anteriormente calculada se estableció una producción total de 17.796 docenas al año, es decir un total de 49 pantalones diarias. Tomando en cuenta el estándar de producción, cada maquilador producen un estimado de 22 pantalones diarios en las 10 horas laborales con la ayuda de dos colaboradores y 39 pantalones diarios con la ayuda de tres colaboradores, tomando esta referencia se necesita contratar a dos maquiladores, mismos que



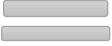



disponen de 2 a 3 colaboradores respectivamente, que brinden sus servicios, para cubrir la demanda potencial insatisfecha de los pantalones infantiles de niño.

e. Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)

Distribución Física (Lay out).

Primera planta

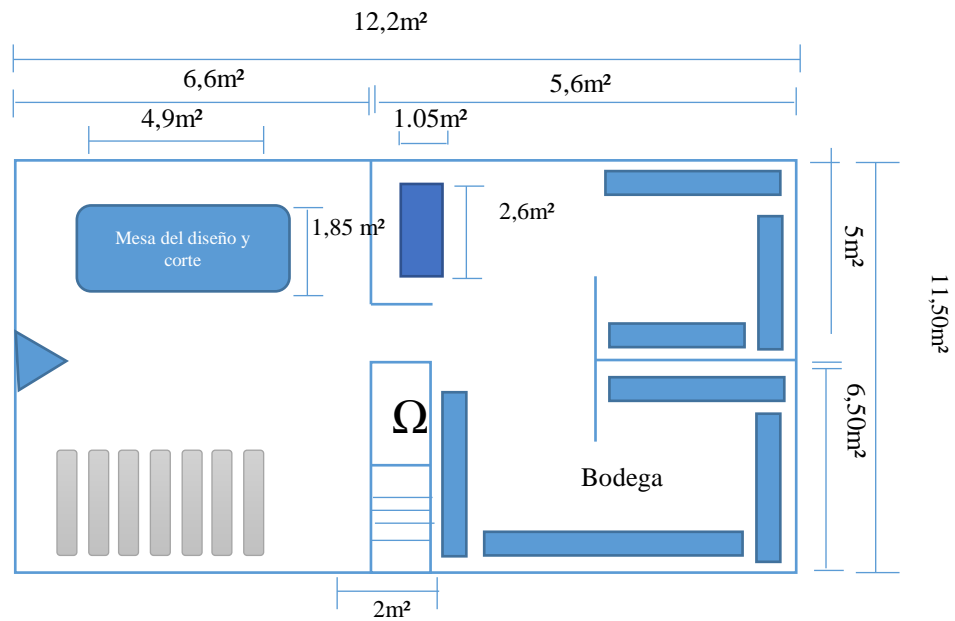
Tabla N° 39: Simbología del área de diseño y corte

Símbolo	Descripción
	Mesa de diseño y corte
	Puertas de ingreso
	Insumos (rollos de tela)
	Maquina Bordadora
	Perchas de bodegas de pantalones.
Ω	Baño
	Escaleras

Fuente: ANSI

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 26: Distribución área de diseño y corte



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Segunda planta

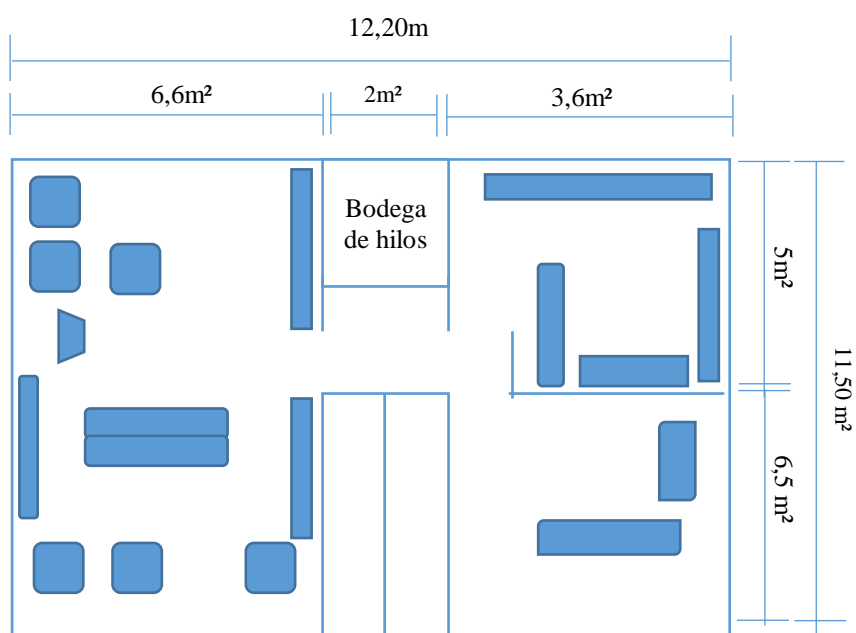
Tabla N° 40: Simbología del área de terminado y administración

Símbolo	Descripción
	Mesas para terminar pantalones.
	Maquinas (ojalera, atracadora, recta)
	Caldero
	Escritorios
	Botonera y remachadora
	Perchas de bodegas de materiales
	Pasillo

Fuente: ANSI

Elaborado por: Jessica Chango

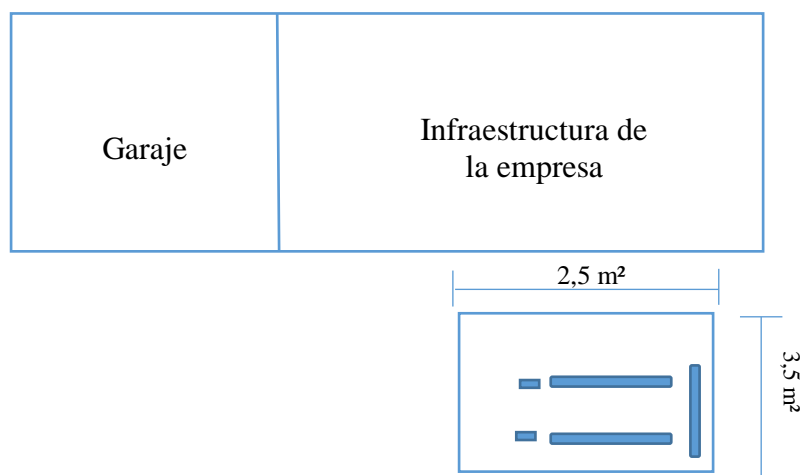
Gráfico N° 27: distribución área terminado y administración



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Gráfico N° 28: Área de planchado.



Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Capítulo V

Estudio Organizacional

Se refiere al proceso de la gestión de la estructura de la organización, cuyo propósito es permitir que esta pueda realizar y coordinar las acciones necesarias para alcanzar sus metas (Franklin B., Krieger M., 2011).

Atiende los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y jerarquización (Sapag N., Sapag R., 2004).

Es la ordenación de las actividades laborales, los procesos para un desempeño idóneo empresarial.

5.1. Aspectos generales

La fábrica de jean para hombre se constituyó en 1998 en la ciudad de Ambato, parroquia Unamuncho, sector Puerto Arturo. Sus propietarios el Sr. Luis Alberto Chango y la Sra. Blanca Tenelema. La empresa dio sus inicios después de tres años de prestar servicio de maquila. El primer nombre de la marca fue LIS&BLAC, transcurrido los años la marca tomo el nombre de JOMAR´S, la cual no pudo ser patentada, por lo que actualmente se la conoce como D´JOMARS JEANS.

Desde su inicio la empresa se enfocó en las ventas al por mayor, la cual ha ido creciendo sostenidamente hasta la actualidad. En sus primeros años y como en todo negocio se encontraron con mercados desconfiables, pero transcurrido el tiempo han sabido perfeccionar sus habilidades para la venta y cobro de los pantalones.

Actualmente cuenta con servicio de maquila experimentada, el cual colabora con la calidad de los pantalones que requieren los consumidores. Además cuenta con una cartera confiable.

5.2. Diseño Organizacional

5.2.1. Razón Social: Tenelema Garcés Blanca Piedad

RUC: 1802747830001

5.2.2. Logotipo



Propietario: Tenelema Garcés Blanca Piedad

Categoría: Producción

Dirección: Puerto Arturo, Barrio San Isidro

Ciudad: Ambato

Provincia: Tungurahua

Fecha de registro: 02/05/2014

Telf.: (032)481-044

5.2.3. Dirección estratégica

MISIÓN

D'JOMARS es una empresa líder en la elaboración de pantalón jean para hombre, integrando un selecto equipo y sistema de trabajo, con la dedicación de nuestros colaboradores para garantizar la calidad y satisfacer la demanda a nivel nacional.

VISIÓN

Hacer de nuestra experiencia un compromiso de satisfacción hacia nuestros clientes con los pantalones ofertados, innovando nuestra diversidad y sistema de producción que permita el reconocimiento de **D'JOMARS** en el mercado como una empresa seria, responsable y comprometida.

OBJETIVOS

Los objetivos de **D'JOMAR'S** son:

- Alcanzar el máximo volumen de ventas, con los medios disponibles y las posibilidades externas del mercado.
- Desarrollar nuevas líneas que satisfagan a nuestros clientes.
- Mantener una posición ya alcanzada en el mercado.
- Fomentar el desarrollo personal, generando un ambiente potenciador dentro de la empresa.

Fabricar pantalones de calidad, mediante un proceso adecuado y a través del uso efectivo de los factores productivos.

En la actualidad la empresa **D'JOMARS** está posicionada en la región Sierra (Tungurahua, Cotopaxi, Pichincha y Bolívar), la región Costa (Manabí, Los Ríos y Guayas), la región Amazónica (Napo, Pastaza) debido a que su producto es reconocido por su calidad y accesibilidad, estando en constante mejora e innovación, satisfaciendo la demanda de los clientes.

VALORES

Tabla N° 41: Matriz axiológica de valores de la empresa D'JOMARS JEANS

	GRUPO DE INTERÉS						
		Sociedad	Estado	Familia	Clientes	Proveedores	Colaboradores
VALORES	Disciplina		X	X	X	X	X
	Pro actividad	X	X	X	X	X	X
	Perseverancia		X	X	X	X	X
	Responsabilidad	X	X	X	X	X	X
	Aprendizaje		X	X	X	X	X
	Compromiso	X	X	X	X	X	X
	Respeto	X	X	X	X	X	X

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Disciplina

Es una carta de presentación; ser disciplinado en los negocios significa cosas

esenciales como la puntualidad, seguir un plan, ponerse objetivos y luchar hasta alcanzarlos, separar los entornos personales de los empresariales, respetar los recursos del negocio como tal, y en general, tener la convicción de terminar y no dejar a medias las cosas que sean importantes para la propia formación de un proyecto.

Pro actividad

Esta es una clara característica de los empresarios de éxito, ser proactivo significa tomar acción sobre las oportunidades que se nos presentan a diario; prever, intuir, y actuar de manera positiva sobre todos los problemas que puedan ocurrir en el negocio, uno debe ser capaz de reaccionar instantáneamente y de forma eficaz, en todas o en casi todas las situaciones que puedan surgir.

Perseverancia

La perseverancia en un empresario significa logros, quien esté dispuesto a tener negocios productivos, necesariamente requiere levantarse y luchar todos los días en contra de las adversidades y de los problemas que se puedan presentar, esto aunado a una motivación empresarial a toda prueba; Darse por vencido o tener pensamientos negativos suelen ser factores que pueden inundar la mente del empresario todos los días, habrá que luchar incesantemente contra estos pensamientos para no dejarse vencer.

Responsabilidad

Cuando se inicia un negocio se adquieren un sinnúmero de responsabilidades, tanto de índole personal como de índole social; el concepto de la responsabilidad es

entender que se deben respetar una serie de lineamientos y reglas, además de contribuir en el crecimiento y la armonía del entorno en el que nos desenvolvemos y con las personas que interactuamos.

Aprendizaje

Un buen empresario tiene claro que todos los días se aprende algo, además de tener la motivación empresarial, algo muy importante es el tener claro que la preparación mediante el conocimiento de todas las técnicas y recursos necesarios para el buen manejo de un negocio, son esenciales para la gente de negocios de hoy. Para poder evolucionar con nuestras ideas de negocios se requiere de aprender cosas que no sabemos y en el mundo empresarial actual, el que no evoluciona está destinado a la desaparición, por lo que solo queda prepararse y aprender cosas nuevas cada día.

**ANÁLISIS FODA
MATRIZ FOFA - DODA**

Tabla N° 42: Análisis FODA

<p>MACROAMBIENTE</p> <p style="text-align: center;">/</p> <p>MICROAMBIENTE</p>	<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado posicionado. 2. Desarrollo de productos en diversidad de materia prima. 3. Cambio en la matriz productiva. 4. Gran diversidad de proveedores. 	<p>AMENAZAS (A)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empresas de competencia imperfecta. 2. Inestabilidad de precios de insumos. 3. Contrabando de productos similares. 4. Productos sustitutos. 5. Competencias de otras marcas reconocidas.
<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buena ubicación geográfica 2. Calidad del producto. 3. Reconocimiento de servicio al cliente. 4. Cartera de clientes seguros, conocidos y estables. 5. Innovación de diseños y modelos. 	<p>ESTRATÉGIAS (FO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. F1-O2. Crear nuevas líneas de producción. 2. F3 – O3. Diseñar un producto nuevo, único y original, para lograr el reconocimiento de la marca a nivel Nacional. 	<p>ESTRATÉGIAS (FA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. F5 - A2. Elaborar el producto en materia prima nueva y diferente, para captar la atención de los consumidores. 2. F4-A2-A3. Establecer precios estratégicos para evitar la variación, minimizando costos, ofertando un producto de excelente calidad para satisfacer las necesidades del cliente generando beneficios económicos para la empresa.
<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Carece de indicadores de control para todas las áreas. 2. Falta de capacitación del personal 3. Ausencia de políticas internas. 4. Poco interés por los empleados. 5. Carece de publicidad. 	<p>ESTRATÉGIAS (DO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. D1-O4. Diseñar y establecer procesos de control que garantice la calidad del producto. 2. D3-O1. Elaborar políticas internas que garanticen un mejor desempeño en la organización. 	<p>ESTRATÉGIAS (DA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. D2-A3. Diseñar y ejecutar un programa de capacitaciones y motivaciones para el personal obteniendo un desempeño satisfactorio. 2. D5-A5. Implementar publicidad a través de las redes sociales o anuncios para captar la atención de los clientes.

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Jerarquización

Consiste en establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los distintos niveles organizacionales, y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante un solo superior inmediato (Franklin B., 2011).

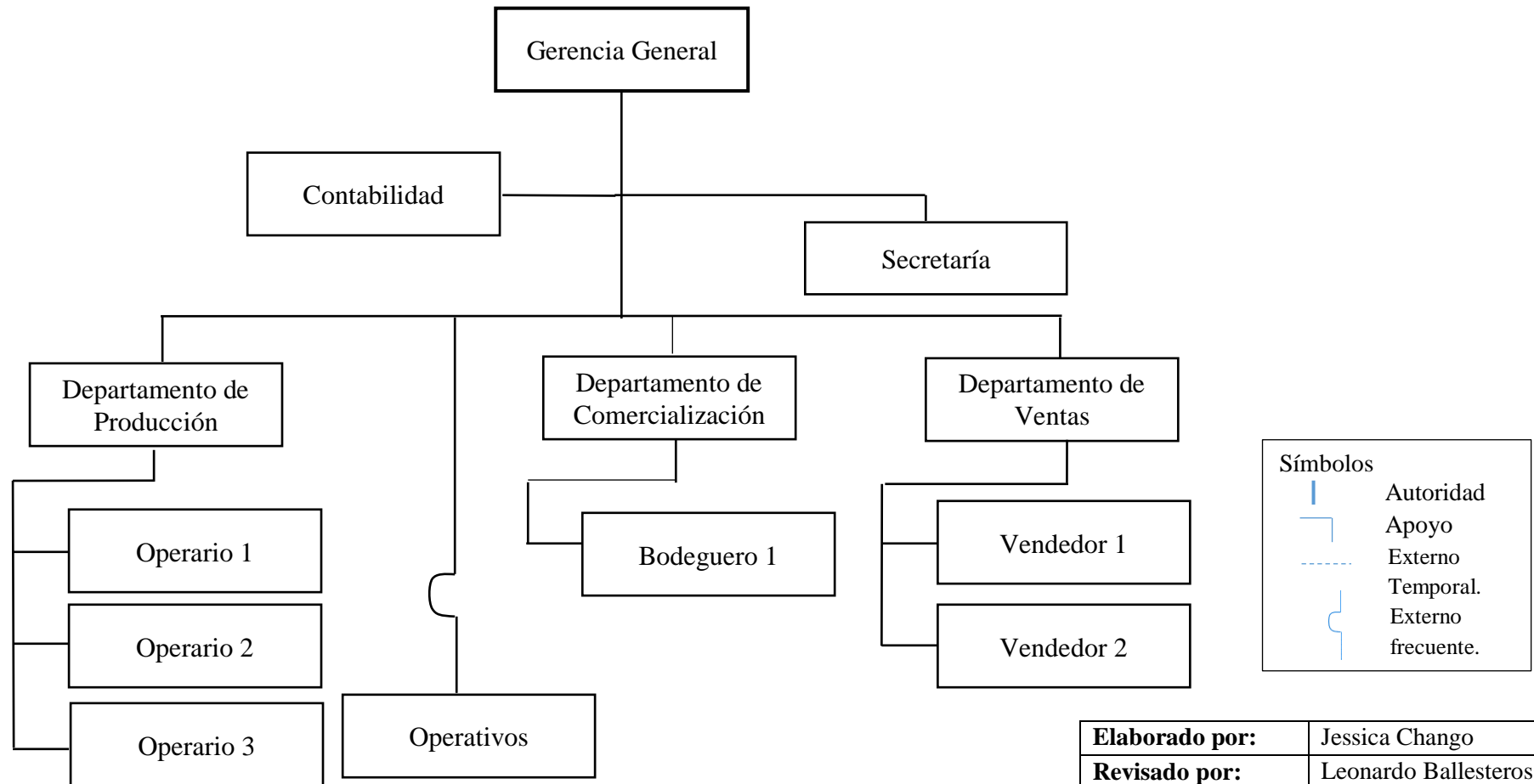
Tabla N° 43: Jerarquización empresa D'JOMARS JEANS

Nivel	Cargos	Cód.	Datos
Ejecutivo	Gerencia General	1.0	Blanca Tenelema
Auxiliar Administrativo	Secretaría	1.1	Margarita Tenelema
	Contabilidad	1.2	Paulina Calapiña
Operacional	Departamento Producción	1.3	Juan Carlos Tenorio Karina Ponce
	Departamento de Comercialización	1.4	Marcia Toapanta
	Departamento de ventas	1.5	Luis Chango
Apoyo	Operario 1	1.3.1	Segundo Ponce
	Operario 2	1.3.2	Ximena Laguna
	Operario 3	1.3.3	Franklin Guamán
	Bodeguero	1.4.1	Nelson Moposita
	Vendedor 1	1.5.1	Juan Carlos Tenorio
	Vendedor 2	1.5.2	Segundo Maliza
Descentralizado	Operativos	1.6	

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

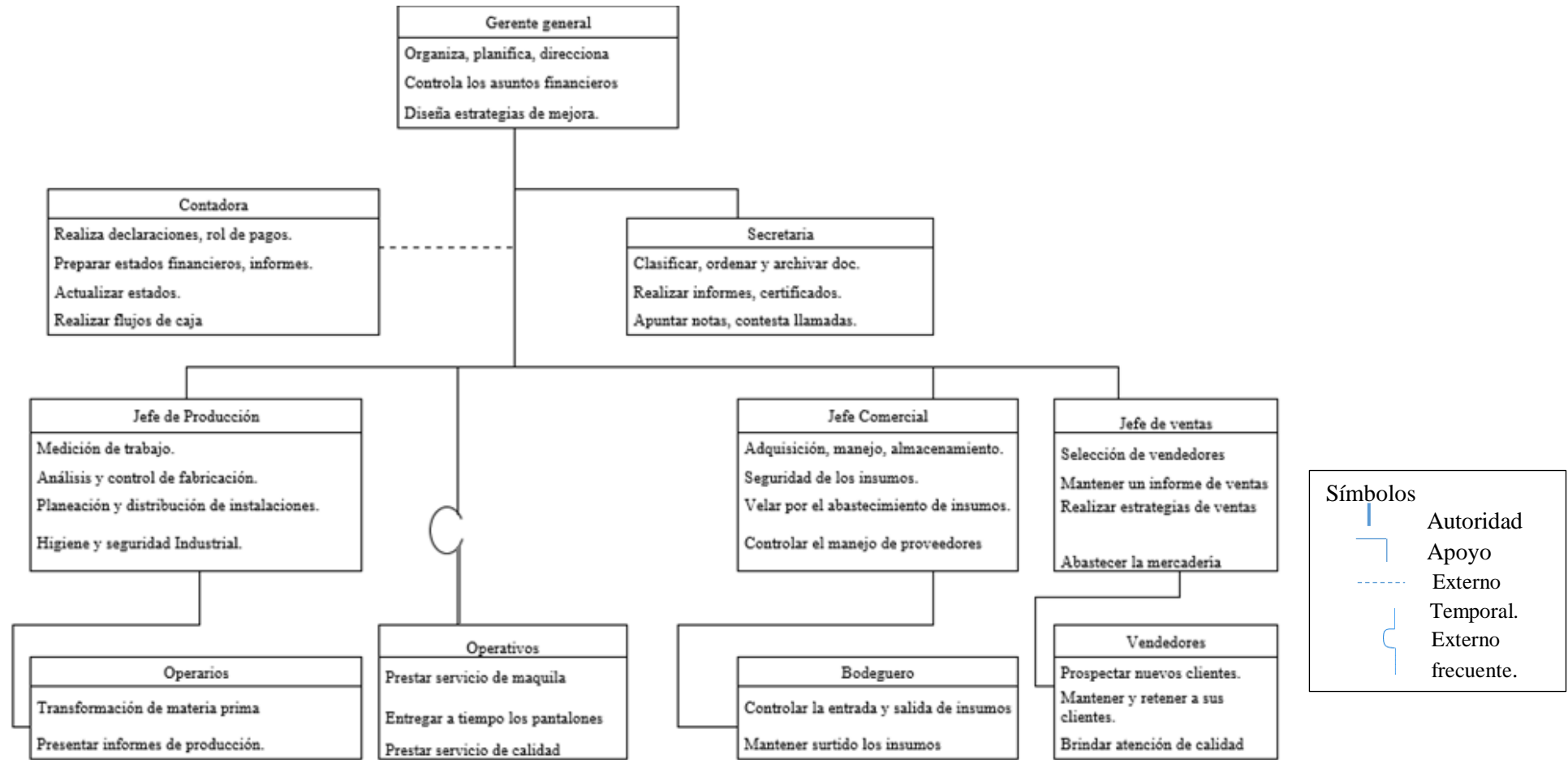
5.3. Organigrama Estructural



Símbolos	
	Autoridad
	Apoyo
	Externo
	Temporal.
	Externo frecuente.


Elaborado por:	Jessica Chango
Revisado por:	Leonardo Ballesteros
Fecha de entrega:	Julio/2016
Fecha de revisado:	Junio/2016

5.4. Estructura Funcional



Elaborado por:	Jessica Chango
Revisado por:	Leonardo Ballesteros
Fecha de entrega:	Julio/2016
Fecha de revisado:	Junio/2016


5.5. Manual de Funciones

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/06/2016		
		Página:	1	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Sustituye a:			
		Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
<p>Identificación y Relaciones:</p> <p>A) Identificación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del Puesto: Gerente 2. Número de Plazas: 1 3. Clave: JM.GER.001.16 4. Ubicación: Puerto Arturo 5. Ámbito de operación: Nivel Ejecutivo. <p>B) Relaciones de Autoridad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jefe Inmediato: Ninguno 2. Subordinados Directos: Jefes Departamentales 3. Dependencia Funcional: Ninguno <p>Propósito del Puesto:</p> <p>Garantizar el buen funcionamiento de la empresa en el corto, mediano y largo plazo, a través del control y evaluación de las actividades realizadas en función de los objetivos estratégicos trazados por la empresa, con el fin de garantizar el mejoramiento continuo.</p> <p>Funciones específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal de la empresa. • Liderar el proceso de planeación estratégica de la empresa, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.GER.001.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	2	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO									
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y planificar direccionar a la empresa con enfoque actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. 									
<p>Responsabilidad</p> <p>Controlar las funciones de los diferentes departamentos.</p>									
<p>Comunicación</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">1. Ascendente:</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>2. Horizontal:</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>3. Descendente</td> <td>Secretaria y los departamentos</td> </tr> <tr> <td>4. Externa</td> <td>Contadora</td> </tr> </table>		1. Ascendente:	Ninguno	2. Horizontal:	Ninguno	3. Descendente	Secretaria y los departamentos	4. Externa	Contadora
1. Ascendente:	Ninguno								
2. Horizontal:	Ninguno								
3. Descendente	Secretaria y los departamentos								
4. Externa	Contadora								
<p>Especificaciones</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">1. Conocimientos:</td> <td>Ingeniero en administración de Empresas</td> </tr> <tr> <td>2. Experiencia:</td> <td>3 años</td> </tr> <tr> <td>3. Iniciativa</td> <td>Puntual, responsable, honesto</td> </tr> <tr> <td>4. Personalidad</td> <td>Proactivo, sociables, carismático, control Organizacional y toma de decisiones.</td> </tr> </table>		1. Conocimientos:	Ingeniero en administración de Empresas	2. Experiencia:	3 años	3. Iniciativa	Puntual, responsable, honesto	4. Personalidad	Proactivo, sociables, carismático, control Organizacional y toma de decisiones.
1. Conocimientos:	Ingeniero en administración de Empresas								
2. Experiencia:	3 años								
3. Iniciativa	Puntual, responsable, honesto								
4. Personalidad	Proactivo, sociables, carismático, control Organizacional y toma de decisiones.								

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.GER.001.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	3	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO

Identificación y Relaciones:

A) Identificación:

1. Nombre del Puesto: Secretaria
2. Número de Plazas: 1
3. Clave: JM.SEC.002.16
4. Ubicación: Puerto Arturo
5. Ámbito de operación: Nivel Auxiliar

B) Relaciones de Autoridad:

6. Jefe Inmediato: Gerente
7. Subordinados Directos: Ninguno
8. Dependencia Funcional: Gerente

Propósito del Puesto:


Receptar, clasificar, tramitar y archivar los documentos empresariales.

Funciones Generales:

- Clasificar, ordenar y archivar toda la documentación de la empresa.
- Registrar e informar acerca de las actividades a realizarse.
- Contestar llamadas telefónicas.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango		


JM.SEC.002.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2015		
		Página:	4	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO									
<p>Responsabilidad</p> <p>Llevar y registrar todos los documentos este en su respectivo orden.</p>									
<p>Comunicación</p> <table border="0"> <tr> <td>1. Ascendente:</td> <td>Gerente</td> </tr> <tr> <td>2. Horizontal:</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>3. Descendente</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>4. Externa</td> <td>Contadora</td> </tr> </table>		1. Ascendente:	Gerente	2. Horizontal:	Ninguno	3. Descendente	Ninguno	4. Externa	Contadora
1. Ascendente:	Gerente								
2. Horizontal:	Ninguno								
3. Descendente	Ninguno								
4. Externa	Contadora								
<p>Especificaciones</p> <table border="0"> <tr> <td>1. Conocimientos:</td> <td>Bachillerato</td> </tr> <tr> <td>2. Experiencia:</td> <td>1 año</td> </tr> <tr> <td>3. Iniciativa</td> <td>Puntual, responsable, honesto, eficiente, organizado</td> </tr> <tr> <td>4. Personalidad</td> <td>Eficiente, organizado con el registro y archivo de toda la documentación.</td> </tr> </table>		1. Conocimientos:	Bachillerato	2. Experiencia:	1 año	3. Iniciativa	Puntual, responsable, honesto, eficiente, organizado	4. Personalidad	Eficiente, organizado con el registro y archivo de toda la documentación.
1. Conocimientos:	Bachillerato								
2. Experiencia:	1 año								
3. Iniciativa	Puntual, responsable, honesto, eficiente, organizado								
4. Personalidad	Eficiente, organizado con el registro y archivo de toda la documentación.								

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Chango Jessica		


JM.SEC.002.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22 / 06/ 2016		
		Página:	5	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Identificación y Relaciones	
A) Identificación:	
1. Nombre del puesto:	Contador
2. Número de plazas:	1
3. Clave:	JM.CON.003.16
4. Ubicación:	Puerto Arturo
5. Ámbito de operación:	Nivel Administrativo
B) Relaciones de autoridad:	
6. Jefe inmediato:	Gerente
7. Subordinados directos:	Ninguno
8. Dependencia funcional:	Gerente
Propósito del puesto	
Llevar correctamente los registros de contabilidad y sus respaldos.	
Funciones generales	
<ul style="list-style-type: none"> Asegurar el registro, centralización y consolidación de las operaciones contables de la empresa, a fin de elaborar los Estados Financieros, efectuar la interpretación y análisis de los mismos y elaborar los informes correspondientes. 	

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Chango Jessica		


JM.CON.003.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22 / 06/ 2016		
		Página:	6	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO	
<p>Comunicación</p> <p>1. Ascendente: Gerente</p> <p>2. Horizontal: Ninguno</p> <p>3. Descendente: Secretaria</p> <p>4. Externa: Ninguno</p> <p>Especificaciones</p> <p>1. Conocimientos: Contadora, auditora. CPA.</p> <p>2. Experiencia: 2 años en cargos similares</p> <p>3. Iniciativa: Honesto, responsable, eficaz y justo.</p> <p>4. Personalidad: Líder, activo, sociable, amable y comprometido con su trabajo.</p>	

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Chango Jessica	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros


JM.CON.003.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	7	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO
<p>Identificación y Relaciones</p> <p>Identificación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del puesto: Jefe de producción 2. Número de plazas: 1 3. Clave: JM.PRO.004.16 4. Ubicación: Puerto Arturo 5. Ámbito de operación: Nivel Administrativo <p>Relaciones de autoridad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jefe inmediato: Gerente 2. Subordinados directos: Operarios 3. Dependencia funcional: Gerente <p>Propósito del puesto</p> <p>Precisar que los productos elaborados sean de calidad, evitando desperdicios de materiales y los cuellos de botella.</p> <p>Funciones generales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medir diariamente la producción. • Analizar y controlar la producción. • Velar por el adecuado uso de insumos y materias primas. • Mantener actualizado los procesos de producción del jean.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros


JM.PRO.004.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	8	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO									
<p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la producción diaria de pantalones. • Recibir, inspeccionar y supervisar el almacenamiento y la distribución de todas las prendas de hombre. • Inspeccionar productos defectuosos. 									
<p>Comunicación</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 15%;">5. Ascendente:</td> <td>Gerente</td> </tr> <tr> <td>6. Horizontal:</td> <td>Jefe comercial</td> </tr> <tr> <td>7. Descendente</td> <td>Operarios</td> </tr> <tr> <td>8. Externa</td> <td>Ninguno</td> </tr> </table>		5. Ascendente:	Gerente	6. Horizontal:	Jefe comercial	7. Descendente	Operarios	8. Externa	Ninguno
5. Ascendente:	Gerente								
6. Horizontal:	Jefe comercial								
7. Descendente	Operarios								
8. Externa	Ninguno								
<p>Especificaciones</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 15%;">5. Conocimientos:</td> <td>Ingeniero Industrial</td> </tr> <tr> <td>6. Experiencia:</td> <td>1 año en cargos similares</td> </tr> <tr> <td>7. Iniciativa</td> <td>Honesto, responsable, feliz, carismático y justo.</td> </tr> <tr> <td>8. Personalidad</td> <td>Líder, activo, sociable, amable y comprometido con su trabajo.</td> </tr> </table>		5. Conocimientos:	Ingeniero Industrial	6. Experiencia:	1 año en cargos similares	7. Iniciativa	Honesto, responsable, feliz, carismático y justo.	8. Personalidad	Líder, activo, sociable, amable y comprometido con su trabajo.
5. Conocimientos:	Ingeniero Industrial								
6. Experiencia:	1 año en cargos similares								
7. Iniciativa	Honesto, responsable, feliz, carismático y justo.								
8. Personalidad	Líder, activo, sociable, amable y comprometido con su trabajo.								

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.PRO.004.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	9	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO

Identificación y Relaciones:

A. Identificación:

1. Nombre del Puesto: Operario
2. Número de Plazas: 3
3. Clave: JM.OPE.005.16
4. Ubicación: Puerto Arturo
5. Ámbito de operación: Nivel de apoyo

B. Relaciones de Autoridad:

1. Jefe Inmediato: Jefe de producción
2. Subordinados Directos: Ninguno
3. Dependencia Funcional: Jefe de producción

Propósito del Puesto:

Realizar de manera culta e inmediata las actividades asignadas por el jefe inmediato

Funciones generales:

- Mantener un registro ordenado de las actividades a realizadas.
- Colaborar con las actividades de la empresa.
- Manejar y cuidar los instrumentos de trabajo entregados.
- Desempeñarse con eficiencia en las actividades diarias.
- Conservar un ambiente laboral positivo, cumpliendo a cabalidad los horarios establecidos.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros


JM.OPE.005.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	10	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO
<p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Velar por la seguridad y calidad de las prendas. ➤ Mantener aseado el puesto de trabajo. <p>Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Jefe de producción • Horizontal: Bodeguero • Descendente Ninguno • Externa Ninguno <p>Especificaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos: Educación Básica • Experiencia: 6 meses en trabajos afines. • Iniciativa Puntual, responsable, honesto, proactivo y cuidadoso. • Personalidad Trabaje bajo presión y tener paciencia.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.OPE.005.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	11	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO
<p>Identificación y Relaciones:</p> <p>C. Identificación:</p> <p>6. Nombre del Puesto: Operativo</p> <p>7. Número de Plazas: 10</p> <p>8. Clave: JM.OPT.006.16</p> <p>9. Ubicación: Puerto Arturo</p> <p>10. Ámbito de operación: Nivel de apoyo</p> <p>D. Relaciones de Autoridad:</p> <p>4. Jefe Inmediato: Jefe de producción</p> <p>5. Subordinados Directos: Ninguno</p> <p>6. Dependencia Funcional: Jefe de producción</p> <p>Propósito del Puesto:</p> <p>Realizar de manera culta e inmediata la transformación de materia prima.</p> <p>Funciones generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener un registro ordenado de los pantalones confeccionados. • Colaborar con el orden del proceso adecuado • Controlar el desperdicio de materiales y la calidad de los mismos. • Desempeñarse con eficiencia en el proceso productivo. • Evitar errores en la confección de los pantalones.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros


JM.OPE.005.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	12	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO	
<p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Velar por la calidad de los pantalones. ➤ Entregar los pantalones a tiempo. 	
<p>Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Jefe de producción • Horizontal: Operario • Descendente Ninguno • Externa Ninguno 	
<p>Especificaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos: Corte y confección • Experiencia: 1 año en trabajos afines. • Iniciativa Puntual, responsable, honesto, proactivo y cuidadoso. • Personalidad Trabaje bajo presión y ser confiable. 	

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.OPE.005.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	13	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO
<p>Identificación y Relaciones:</p> <p>E. Identificación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del Puesto: Jefe Comercial 2. Número de Plazas: 1 3. Clave: JM.COM.007.16 4. Ubicación: Puerto Arturo 5. Ámbito de operación: Nivel Administrativo <p>F. Relaciones de Autoridad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jefe Inmediato: Gerente 2. Subordinados Directos: Bodeguero 3. Dependencia Funcional: Gerente <p>Propósito del Puesto:</p> <p>Diseñar estrategias comerciales y a su vez examinar a los proveedores.</p> <p>Funciones Generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir los objetivos comerciales de la empresa. • Diseñar estrategias de compra. • Establecer relaciones de largo plazo con los proveedores. • Diseñar estrategias de reducción de costos.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros


JM.COM-007.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	14	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO	
<p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar, con su equipo, las estrategias que permitan conseguir los objetivos previstos. ➤ Establecer las políticas y condiciones de compra. 	
<p>Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Gerente • Horizontal: Jefe de ventas • Descendente Bodeguero • Externa Ninguno 	
<p>Especificaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos: Ingeniero comercial. • Experiencia: 2 años en trabajos afines. • Iniciativa Puntual, responsable, honesto, proactivo • Personalidad Trabaje bajo presión y tener poder de liderazgo 	

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.COM-007.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	15	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO
<p>Identificación y Relaciones:</p> <p>G. Identificación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del Puesto: Bodeguero 2. Número de Plazas: 1 3. Clave: JM.BOD.008.16 4. Ubicación: Puerto Arturo 5. Ámbito de operación: Nivel de apoyo <p>H. Relaciones de Autoridad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jefe Inmediato: Jefe comercial 2. Subordinados Directos: Ninguno 3. Dependencia Funcional: Jefe comercial <p>Propósito del Puesto:</p> <p>Facilitar la materia prima adecuada al área de producción, evitando el exceso de inventario.</p> <p>Funciones generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registrar y verificar el estado de la materia prima que el departamento solicite. • C materia prima a través del uso de kardex. • Inspeccionar el stock. • Supervisar el ingreso de materiales.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.BOD.008.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	16	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO
<p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Velar por la seguridad y calidad de la materia prima. ➤ Mantener un control adecuado del mismo. <p>Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Jefe comercial • Horizontal: Operario • Descendente Ninguno • Externa Ninguno <p>Especificaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos: Bachiller • Experiencia: 6 meses en trabajos afines. • Iniciativa Puntual, responsable, honesto, proactivo y cuidadoso. • Personalidad Trabaje bajo presión y tener ánimo.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.BOD.008.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	17	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO

Identificación y Relaciones:

I. Identificación:

1. Nombre del Puesto: Jefe de ventas
2. Número de Plazas: 1
3. Clave: JM.VEN.009.16
4. Ubicación: Puerto Arturo
5. Ámbito de operación: Nivel Administrativo

J. Relaciones de Autoridad:

1. Jefe Inmediato: Gerente
2. Subordinados Directos: Vendedor
3. Dependencia Funcional: Gerente

Propósito del Puesto:

Diseñar estrategias de ventas y a su vez de publicidad.

Funciones Generales:

- Incrementar las ventas y la satisfacción de los clientes
- Diseñar estrategias de ventas.
- Establecer relaciones de largo plazo con los clientes.
- Determinar precios.
- Crear publicidad para los pantalones.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros


JM.VEN.009.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	18	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO	
<p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar, con su equipo, las estrategias que permitan conseguir los objetivos previstos. ➤ Establecer las políticas y condiciones de venta. 	
<p>Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascendente: Gerente • Horizontal: Jefe comercial • Descendente: Vendedor • Externa: Ninguno 	
<p>Especificaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos: Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios • Experiencia: 1 año en trabajos afines. • Iniciativa: Puntual, responsable, honesto, carismático. • Personalidad: Trabaje bajo presión y tener poder de liderazgo. 	

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.VEN.009.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	19	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO
<p>Identificación y Relaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación: • Nombre del puesto: Vendedor • Número de plazas: 2 • Clave: JM.VEN.010.16 • Ubicación: Puerto Arturo • Ámbito de operación: Nivel de apoyo • Relaciones de autoridad: • Jefe inmediato: Jefe de ventas • Subordinados directos: Ninguno • Dependencia funcional: Jefe de ventas <p>Propósito del puesto</p> <p>Vender y llevar un control adecuado de las ventas.</p> <p>Funciones generales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un vínculo entre el cliente y la empresa. • Contribuir activamente a la solución de problemas. • Administrar su mercado. • Participar activamente junto a analistas e investigadores de mercados. • Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.VEN.010.16

	“D’JOMARS JEANS”	Fecha:	22/ 06/ 2016		
		Página:	20	De	20
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:			
		Página:			

DESCRIPCION DEL PUESTO																
<p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su mercado. ➤ Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados por la supervisión. ➤ Definir las necesidades de material promocional para cada mercado. ➤ Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión. ➤ Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinadas. <p>Comunicación</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">1. Ascendente:</td> <td>Jefe de ventas</td> </tr> <tr> <td>2. Horizontal:</td> <td>Jefe comercial</td> </tr> <tr> <td>3. Descendente</td> <td>Ninguno</td> </tr> <tr> <td>4. Externa</td> <td>Ninguno</td> </tr> </table> <p>Especificaciones</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">1. Conocimientos:</td> <td>Segundo nivel</td> </tr> <tr> <td>2. Experiencia:</td> <td>2 años</td> </tr> <tr> <td>3. Iniciativa:</td> <td>Honesto, responsable.</td> </tr> <tr> <td>4. Personalidad:</td> <td>Líder, activo, sociable, amable y cooperador</td> </tr> </table>	1. Ascendente:	Jefe de ventas	2. Horizontal:	Jefe comercial	3. Descendente	Ninguno	4. Externa	Ninguno	1. Conocimientos:	Segundo nivel	2. Experiencia:	2 años	3. Iniciativa:	Honesto, responsable.	4. Personalidad:	Líder, activo, sociable, amable y cooperador
1. Ascendente:	Jefe de ventas															
2. Horizontal:	Jefe comercial															
3. Descendente	Ninguno															
4. Externa	Ninguno															
1. Conocimientos:	Segundo nivel															
2. Experiencia:	2 años															
3. Iniciativa:	Honesto, responsable.															
4. Personalidad:	Líder, activo, sociable, amable y cooperador															

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Jessica Chango	Leonardo Ballesteros	Leonardo Ballesteros

JM.VEN.010.16

Capítulo VI.

Estudio Financiero

Es el ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica (Baca U., 2013).

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales de la evaluación de proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad (Sapag N., Sapag R., 2014).

Es la determinación cuantitativa del proyecto a través del cálculo de la inversión, los estados financieros proyectados, su rentabilidad entre otros indicadores que faciliten su estudio.

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Los activos fijos son activos a largo plazo o relativamente permanentes. También son activos tangibles, ya que existen físicamente. Los utiliza y posee una empresa, además que forman parte de las operaciones normales. Otros títulos descriptivos para estos activos son activos de planta, o propiedad, planta y equipo, (Ray, H., Eric W., Peter C., 2007).

Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto (Sapag N., Sapag R., 2014).

Es la adquisición de bienes tangibles que se utilizaran en la transformación del producto en las empresas, con larga duración.

Tabla N° 44: Maquinaria

Maquinaria			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Recta electrónica	1	\$1.600,00	\$1.600,00
Cortadora	1	\$950,00	\$950,00
Atracadora	1	\$5.000,00	\$5.000,00
Caldero	1	\$1.960,00	\$1.960,00
Total			\$9.510,00

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 45: Herramientas

Herramientas			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Juego de reglas sastre	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Tiza sastre	24	\$ 0,12	\$ 2,88
Tijeras	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Total			\$ 97,88

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 46: Equipos de oficina

Equipos de oficina			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Calculadora	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Grapadora	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Perforado	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Total			\$ 66,00

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 47: Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Escritorio	1	\$ 155,00	\$ 155,00
Silla Giratoria	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Mesas de trabajo	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Total			\$ 415,00

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 48: Adecuaciones

Adecuaciones			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Adecuaciones	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Total			\$ 1.000,00

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

De acuerdo con el estudio realizado, se establecieron los activos tangibles necesarios para la creación de la nueva línea de jean infantil, exclusivamente para el área del terminado del pantalón, ya que la empresa cuenta con servicio de maquila y no requiere del equipo completo de maquinaria. Por lo tanto se ha establecido equipos realmente importantes en el proceso del pantalón, evitando interrupciones en la producción ya planificada.

6.2. Inversiones en activos fijos intangibles

Se denomina activos intangibles porque no existen, tales como, las patentes, derechos de propiedad intelectual, marcas registradas, etc., útiles en las operaciones de una empresa, (Ray, H., Eric W., Peter C., 2007).

Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto (Sapag N., Sapag R., 2014).

La inversión en activos fijos intangibles son aquellos que van a generar amortizaciones con el paso del tiempo tales como, el software contable, las patentes, marcas.

Tabla N° 49: Software contable

Software contable			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Micro plus	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Total			\$ 700,00

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 50: Permisos legales

Permisos Legales			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Permiso Municipal	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Permiso Bomberos	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Total			\$ 105,00

Fuente: GADMA

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 51: Patentes

Patentes			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Patente Municipal	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Total			\$ 175,00

Fuente: GADMA

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 52: Marcas

Marca			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Registro de Marca	1	\$ 510,00	\$ 510,00
Total			\$ 510,00

Fuente: IEPI

Elaborado por: Jessica Chango

Para la determinación de los activos intangibles se definió la utilización de un software contable, únicamente para la nueva línea de producción de jean infantil, ya que se dispone de una matriz para el resto de la producción.

6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

El capital de trabajo es la inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece a elaborar su producto. Contablemente se define como activo circulante menos pasivo circulante, (Baca U., 2010).

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados (Sapag N., Sapag R., 2014).

Activo Circulante

Se comprende básicamente de tres rubros: valores e inversiones (Caja-bancos), inventarios y cuentas por cobrar, (Baca U., 2010).

Se identifica con el ciclo financiero a corto plazo, e incluye aquellos activos que normalmente son de fácil realización. Se integra principalmente de caja y bancos, cuentas por cobrar e inventarios y pagos anticipaos. Este tipo de activos se pueden convertir en efectivo en un plazo máximo de un año (Morales J., Morales A., 2009).

Son aquellos activos que se convierten en efectivo a corto plazo, para la línea de jean infantil se tiene las siguientes cuentas:

Caja, bancos

Es el efectivo que la empresa debe tener para las ventas de la nueva línea de producción, para la determinación de este valor se realizó el cálculo del total de las ventas de \$2.585 dividido para los 360 días del año, con un crédito de 45 días para sus clientes, el valor total para esta cuenta es:

$$\text{Costo de ventas} = \$2.585,00/360*45 = \mathbf{\$323,13}$$

Inventarios

Para el cálculo de los inventarios se tomó de referencia la fórmula del lote económico.

$$LE = \sqrt{\frac{2FU}{CP}}$$

Dónde:

LE= La cantidad óptima que será adquirida cada vez que se compre materia prima para el inventario.

F= Costos fijos de colocar y recibir una orden de compra, (flete, transporte).

U= Consumo anual en unidades de materia prima (litros, kilogramos, toneladas).

C= Costos para mantener el inventario. Se puede tomar de referencia la tasa bancaria vigente.

P= Precio de compra unitario.

La materia prima de la producción está determinado en metros y los insumos en unidades por lo que se ha calculado el lote económico por separado, de la siguiente manera:

Datos:

F=	\$	12,00
U=		16.906,20
C=		6,00%
P=	\$	3,95

Tabla N° 53: Inventario en metros de tela jean

$$\begin{aligned} \mathbf{LE} &= \sqrt{\frac{2FU}{CP}} \\ \mathbf{LE} &= \sqrt{\frac{2(12)(16,906,20)}{(0,06)(3,95)}} \\ \mathbf{LE} &= \sqrt{\frac{405.748,80}{0,2367}} \\ \mathbf{LE} &= \sqrt{1'714.190,11} \\ \mathbf{LE} &= 1.309,27 \text{ Metros} \end{aligned}$$

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

$$LE = 1.309,27 * 3,95 = \$ 5.171,62$$

Datos:

F=	\$	12,00
U=		4.449,00
C=		6,00%
P=	\$	1,25

Tabla N° 54: Inventario en metros de tela de forro

LE=	$\sqrt{\frac{2FU}{CP}}$
LE=	$\sqrt{\frac{2(12)(4.449)}{(0,06)(1,25)}}$
LE=	$\sqrt{\frac{106.776}{0,0747}}$
LE=	$\sqrt{1'429.397,59}$
LE=	1.195,57 Unidades

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

$$LE = 1.195,57 * 1,25 = 1.494,46$$

El valor de inventarios equivale a **\$6.666,08**

Cuentas por cobrar

La empresa mantendrá una política de 15, 30 y 45 días de crédito para los consumidores, ya que mantiene una cartera de crédito confiable. Para el cálculo del rubro se toma de referencia la fórmula de cuentas por cobrar, con un periodo promedio de recuperación de capital de 30 días.

Donde:

PPR= Período promedio de recuperación.

Tabla N° 55: Cuentas por cobrar

$\mathbf{CXC} = \frac{\textit{Ventas Anuales}}{360}$
$\mathbf{PPR} = \frac{15 + 30 + 45}{3}$
$\mathbf{PPR} = \mathbf{30}$
$\mathbf{CXC} = \frac{156.456,50}{360} \times 30$
$\mathbf{CXC} = \mathbf{\$13.038,04}$

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Pasivo circulante

Es el financiamiento parcial y a corto plazo de la operación, (Baca U., 2013).

Se identifica con el ciclo financiero a corto plazo, pues agrupa las deudas de este tipo con bancos, proveedores y otros documentos por pagar (Morales J., Morales A., 2009).

Son aquellas deudas a corto plazo y se obtienen a través de la siguiente fórmula:

$$TC = \frac{AC}{PC}$$

Dónde:

TC= Tasa circulante es equivalente a 2,5 el valor promedio en la industria, aplicable a empresas ya en funcionamiento, ya que la empresa está utilizando todos sus recursos.

AC= Activo circulante.

PC= Pasivo circulante.

Tabla N° 56: Pasivo circulante

$$TC = \frac{AC}{PC}$$
$$2,5 = \frac{\$ 20.027,25}{PC}$$
$$PC = \frac{\$ 20.027,25}{2,5}$$
$$PC = 8.010,90$$

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Capital de trabajo

Tabla N° 57: Capital de trabajo

Capital de trabajo		
<i>Activo circulante</i>		\$ 20.027,25
Caja, Bancos	\$ 323,13	
Inventario	\$ 6.666,08	
Cuentas por cobrar	\$ 13.038,04	
<i>(-)Pasivo circulante</i>		\$ 8.010,90
Total		\$ 12.016,35

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

6.4. Resumen de las Inversiones.

Tabla N° 58: Resumen de inversiones

Total Activo Fijo	\$ 11.089,00
Total Activo Diferido	\$ 1.490,00
Capital de trabajo	\$ 12.016,35
Total inversión inicial	\$ 24.595,35

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Para la inversión inicial del proyecto, con la nueva línea de jean infantil, se ha obtenido un total de \$24.595,35 del cual se debe establecer la forma de cubrir la inversión.

6.5. Financiamiento.

Tabla N° 59: Financiamiento

Fuente	%	Monto
CAPITAL PROPIO	19%	\$ 4.595,35
CAPITAL PRESTADO	81%	\$ 20.000,00
Total	100%	\$ 24.595,35

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

De acuerdo con la inversión inicial obtenida, la empresa dispone de capital propio del 19%, por lo tanto la diferencia del 81% se realizará un financiamiento en el banco del pichincha, ya que se mantiene una cuenta corriente en dicha entidad, con una tasa efectiva del 11,83%, para un período de tres años.

6.6. Plan de Inversiones.

Tabla N° 60: Plan de inversiones

INVERSIÓN INICIAL			
Activos Tangibles	Anual	%	Depreciaciones
Maquinaria	\$ 9.510,00	85,8%	\$ 951,00
Herramientas	\$ 98,00	0,9%	\$ 9,80
Equipos de oficina	\$ 66,00	0,6%	\$ 6,60
Muebles y enseres	\$ 415,00	3,7%	\$ 41,50
Adecuaciones	\$ 1.000,00	9,0%	\$ 100,00
Total Activos tangibles	\$ 11.089,00	100,00%	\$ 1.008,90

Activos Intangibles	Anual	%	Amortizaciones
Software contable	\$ 700,00	47%	\$ 231,00
Permisos legales	\$ 105,00	7%	\$ 21,00
Patentes	\$ 175,00	12%	\$ 35,00
Marca	\$ 510,00	34%	\$ 102,00
Total Activo intangible	\$ 1.490,00	100,00%	\$ 389,00
		Total cargos D Y A	\$ 1.397,90

Capital de trabajo		
<i>Activo circulante</i>		\$ 20.027,25
Caja, Bancos	\$ 323,13	
Inventario	\$ 6.666,08	
Cuentas por cobrar	\$ 13.038,04	
<i>(-)Pasivo circulante</i>		\$ 8.010,90
Total		\$ 12.016,35

Total Activo Fijo		\$ 11.089,00
Total Activo Diferido		\$ 1.490,00
Capital de trabajo		\$ 12.016,35
Total inversión inicial		\$ 24.595,35

CAPITAL PROPIO	19%	\$ 4.595,35
CAPITAL PRESTADO	81%	\$ 20.000,00

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

De acuerdo al plan de inversiones de la empresa D'JOMARS JEANS, se ha determinado los porcentajes de aporte, por lo que la empresa dispone del 19% del capital propio ya que la empresa está conformada por un solo dueño y el 81% se obtiene a través de un financiamiento en el banco donde la empresa posee una cuenta corriente.

6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos

6.7.1. Presupuesto de costos

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro o en forma virtual (costo de oportunidad), (Baca U., 2010).

Se encargan del control, registro y valor tanto de los materiales recibidos como de los enviados a producción, contabiliza los materiales aplicados en cada orden de producción y los materiales indirectos utilizados en los diferentes departamentos de producción (García J., 2008).

Son valores necesarios a ocuparse en la actividad industrial de una empresa, los cuales son recuperables se pueden determinar tres, de producción, administrativos y de ventas que se presentan a continuación:

Costos de producción

Son todos aquellos egresos de dinero que se deben realizar en un proyecto en el proceso de producción de un bien. Se los puede registrar en un presupuesto de costos, (Lara B., 2014).

Representan todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de materia prima hasta su transformación en artículos finales para el consumo (Morales J., Morales A., 2009).

Los costos de producción son valores que se generan en la transformación del producto, para la nueva línea de jean infantil comprenden los siguientes rubros:

Tabla N° 61: Materia prima.

Materia Prima						
Descripción	Cant. Unitaria		Costo Total	Costo Unitario	Producción anual	Costo Total anual
Tela jean	0,950	mtrs	3,95	3,75	17.796,00	66.694,96
Tela forro	0,250	mtrs	1,25	0,31	17.796,00	5.539,01
TOTAL			5,2	4,1		72.233,96

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 62: Insumos.

Insumos						
Descripción	Cant. Unit		Costo Total	Costo Unit.	Producción Anual	Costo Total anual
Hilo de ceda	0,001	unid	42,00	0,02	17.796	\$ 378,00
Hilo 20/2	0,017	unid	2,40	0,04	17.796	\$ 712,80
Cierre de metal 4YG	1,00	unid	0,15	0,15	17.796	\$ 2.580,42
Botones grandes	1,00	unid	0,01	0,01	17.796	\$ 213,55
Remaches	3,00	unid	0,01	0,02	17.796	\$ 400,41
TOTAL			44,56	0,24		\$ 4.285,18

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 63: Materiales indirectos.

Materiales Indirectos			
Descripción	Cant. Anual	P. unitario	P. total
Fundas quintaleras	720	\$ 0,236	\$ 169,92
Cartones	17.796	\$ 0,12	\$ 2.135,52
Tallas	17.796	\$ 0,001	\$ 17,80
Etiquetas	17.796	\$ 0,18	\$ 3.203,28
Etiqueta bordada	17.796	\$ 0,18	\$ 3.203,28
Total			\$ 8.729,80

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 64: Mano de obra directa

Mano de obra directa				
Descripción	Cant. P/anales	P. unitario	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Maquilador	9.780	\$ 1,00	\$ 815,00	\$ 9.780,00
Maquilador	8.016	\$ 1,00	\$ 668,00	\$ 8.016,00
Total			\$ 1.483,00	\$ 17.796,00

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 65: Mano de obra indirecta.

Mano de obra indirecta						
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Sueldo anual	Aporte IESS (9,45%)	Décimo tercero	Décimo cuarto
1	Juan Laguna	Cortador	\$ 4.800,00	453,6	\$ 400,00	\$ 366,00
Subtotal			\$ 4.800,00	453,60	\$ 400,00	\$ 366,00
Total			\$ 5.112,40			

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 66: Insumos de producción.

Insumos de producción			
Descripción	Consumo Anual	P. Unit	P. Total
Energía eléctrica	2.510 KW/h	\$ 0,09	\$ 233,43
Agua	470m3	\$ 0,72	\$ 324,00
Gas	30	\$ 3,00	\$ 90,00
Total			\$ 647,43

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 67: Mantenimiento Maquinaria y Equipos.

Mantenimiento Maquinaria y Equipos			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Recta electrónica	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Cortadora	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Atracadora	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Caldero	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Total			\$ 180,00

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 68: Servicio de lavandería.

Servicio Lavandería			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Tinturado	17796	\$ 0,60	\$ 10.677,60
Manualidad	17796	\$ 0,20	\$ 3.559,20
Total			\$ 14.236,80

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 69: Cargo de depreciación y amortización.

Cargos depreciación y amortización				
Descripción	Cant. Anual	Precio	Vida Útil	Dep. Anual
Maquinaria	1	\$9.510,00	5	\$ 1.902,00
Herramientas	1	\$ 98,00	5	\$ 19,60
Equipos de oficina	1	\$ 66,00	5	\$ 13,20
Muebles y enseres	1	\$ 415,00	5	\$ 83,00
Adecuaciones	1	\$1.000,00	5	\$ 200,00
Software	1	\$ 700,00	5	\$ 140,00
Permisos legales	1	\$ 105,00	5	\$ 21,00
Patentes	1	\$ 175,00	5	\$ 35,00
Marca	1	\$ 510,00	5	\$ 102,00
Total				\$ 2.378,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Los cargos depreciación y amortización de activos nos permiten recuperar la inversión por el método fiscal, ya que los mismos sufren un desgaste a través del tiempo.

Para el cálculo del cargo de depreciación y amortización se dividió para el tiempo de vida útil del proyecto, para poder recuperar los valores.

Tabla N° 70: Total costos de producción

Costos de producción	
Descripción	Anual
Materia Prima	\$ 72.233,96
Insumos	\$ 4.285,18
Material Indirecto	\$ 8.729,80
Personal operativo	\$ 17.796,00
Personal de contacto directo	\$ 5.112,40
Insumos de producción	\$ 647,43
Cargos depreciación y amortización	\$ 2.378,80
Mantenimiento	\$ 180,00
Lavado	\$ 14.236,80
Total	\$ 125.600,37

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Costos administrativos

Son todos los egresos que se realizan en la normal operación del proyecto y se refiere a todo lo que se identifique con los procesos de administración del proyecto, (Lara B., 2014).

Incluyen los costos y gastos que se requieren para dirigir y operar la empresa (Morales J., Morales A., 2009).

Son valores constituidos por la parte administrativa de la empresa, a continuación se presentan las siguientes cuentas para la línea de jean infantil:

Tabla N° 71: Personal administrativo.

Personal administrativo						
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Sueldo anual	Aporte IESS	Décimo tercero	Décimo cuarto
1	Carmen Salazar	Secretaria	\$4.560,00	\$ 430,92	\$ 380,00	\$ 366,00
Total			\$4.875,08			

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 72: Suministros básicos.

Suministros básicos			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Luz	859 KW/h	\$ 0,09	\$ 77,31
Agua potable	200m3	\$ 0,72	\$ 144,00
Teléfono	3456	\$ 0,10	\$ 361,32
Internet	2500/512KBPS	\$ 27,36	\$ 328,32
Total			\$ 910,95

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 73: Suministros de oficina.

Suministros de oficina			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Resmas de papel	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Esferos	3	\$ 12,20	\$ 36,60
Borrador	4	\$ 0,63	\$ 2,52
Lápiz	5	\$ 0,50	\$ 2,50
Folders	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Carpetas	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Resaltador	3	\$ 2,25	\$ 6,75
Total			\$ 81,97

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 74: Suministros de limpieza.

Suministros de limpieza			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Escobas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Trapeadores	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Franelas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Líquidos y aromatizantes	2	\$ 1,70	\$ 3,40
Papel Higiénico	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Total			\$ 37,40

Fuente: Empresa D`JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 75: Total costos administración.

Costos de Administración	
Descripción	Anual
Personal administrativo	\$ 4.875,08
Servicios básicos	\$ 910,95
Suministros de oficina	\$ 81,97
Suministros de limpieza	\$ 37,40
Total	\$ 5.905,40

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jessica Chango

Costos de venta

Son todos los egresos que se destinan al proceso de vender los bienes producidos por las actividades propias del proyecto que se realizan en la normal operación del mismo, (Lara B., 2014).

Corresponden a los gastos derivados de la distribución y comercialización que se realizan para generar las ventas (Morales J., Morales A., 2009).

El costo de ventas está representado por rubros dirigidos a la venta del producto y comprenden las siguientes cuentas:

Tabla N° 76: Publicidad y promoción.

Publicidad y Promoción			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Publicidad	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Total			\$ 25,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 77: Gastos transporte.

Gastos transporte			
Descripción	Cant. Anual	P. Unit	P. Total
Huambalo	96	\$ 14,00	\$ 1.344,00
Trasandina	52	\$ 22,00	\$ 1.144,00
Flete	6	\$ 12,00	\$ 72,00
Total			\$ 2.560,00

Fuente: Empresa D'JOMARS JEANS

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 78: Total costos de venta.

Costos de venta	
Descripción	Anual
Publicidad y promoción	\$ 25,00
Gastos transporte	\$ 2.560,00
Total	\$ 2.585,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Jessica Chango

Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo, (Baca, U., 2010).

Es el costo por poseer una inversión, como los intereses para financiar los recursos del proyecto (García J., 2008).

Para el financiamiento de la nueva línea de jean infantil se ha tomado de referencia las tasas vigentes del banco del pichincha.

Tabla 79: Total Costos financieros

Costos financieros	
Pago Interés total	\$ 3.647,58
Total	\$ 3.647,58

Fuente: Tabla de amortización

Elaborado por: Jessica Chango

Tabla N° 80: Tarifario Banco Pichincha.

TARIFARIO BANCO PICHINCHA		
Crédito productivo (comercial)	Tasa Nominal	Tasa Efectiva
Ventas anuales superiores a \$100.000 hasta \$1'000.000	11,23%	11,83%
Ventas anuales superiores a \$1'000.001 y hasta 5'000.000	9,76%	10,21%
Ventas anuales superiores a 5'000.001	8,95%	9,33%

Fuente: Banco del pichincha

Elaborado por: Jessica Chango

De acuerdo a las tasas vigentes la empresa pertenece al segmento de personas naturales obligadas a llevar contabilidad con ventas anuales mayores a \$100.000, por lo tanto se tomó la tasa efectiva del 11,83% para el cálculo de los intereses.

DATOS

Fecha	4/7/2016	Producto	PRODUCTIVO (COMERCIAL)
Plazo	36	Fecha Inicio pago	4/8/2016
Estado			
Civil	Casado	Pago	Mensual
Tasa	11,83%	Tasa Solca	0,28%

Fuente: Banco Pichincha

Elaborado por: Jessica Chango

El tipo de sistema de Amortización para el cálculo del crédito es el ALEMAN, otorgada por el banco para un estudio efectivo del proyecto, para un mejor detalle se mostrara en el Anexo 4, la tabla de amortización mensual.

Tabla N° 81: Tabla de amortización del préstamo.

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DES.	VALOR CUOTA	SALDO
1	6.666,67	2.004,53	176,09	8.847,28	13.333,33
2	6.666,67	1.215,86	106,81	7.989,33	6.666,67
3	6.666,67	427,19	37,53	7.131,39	0,00
Total	20.000,00	3.647,58			

Fuente: Banco Pichincha

Elaborado por: Jessica Chango

Costos Totales

Es la suma de los costos variables y los costos fijos, tenemos la siguiente representación para la línea de jean infantil:

Tabla N° 82: Costos Totales

COSTOS TOTALES	
Concepto	Valor
Costos Variables	\$ 117.281,74
Costos Fijos	\$ 8.455,63
Total	\$ 125.737,37

Fuente: Banco Pichincha

Elaborado por: Jessica Chango

6.7.2. Situación financiera actual

Es un estado financiero estándar que presenta la situación financiera de la empresa a una fecha determinada (Morales J., Morales A., 2009).

Tiene como objetivo principal determinar anualmente la situación actual de la empresa (Baca G., 2013).

Es la representación monetaria de la situación actual de una empresa a una fecha determinada.

EMPRESA “D’JOMARS JEANS” LÍNEA DE JEAN INFANTIL BALANCE GENERAL INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
CIRCULANTE	\$ 20.027,25	Corriente	\$ 8.010,90
Caja, Bancos	\$ 323,13	Corto Plazo	\$ 8.010,90
Cuentas por cobrar	\$ 13.038,04	No corriente	\$ 20.000,00
Inventarios	\$ 6.666,08	Préstamo por Pagar	\$ 20.000,00
FIJO	\$ 8.871,20	TOTAL PASIVO	\$ 28.010,90
Maquinaria	\$ 9.510,00		
Herramientas	\$ 98,00		
Equipo de oficina	\$ 66,00	PATRIMONIO	\$ 2.079,55
Muebles y enseres	\$ 415,00	Capital	\$ 2.079,55
Adecuaciones	\$ 1.000,00		
(-) Depreciación Acumuladas	\$ 2.217,80		
DIFERIDO	\$ 1.192,00		
Software contable	\$ 700,00		
Permisos Legales	\$ 105,00		
Patentes	\$ 175,00		
Marcas	\$ 510,00		
(-) Amortización Acumulada	\$ 298,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 30.090,45	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 30.090,45

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

6.7.3. Situación financiera proyectada

Presentan de manera total o parcial situaciones o hechos para acontecer. Se preparan con el objetivo de presentar la forma en que determinadas situaciones aun no consumadas pueden alterar la situación de la empresa en la vida de duración del proyecto (Morales J., Morales A., 2009).

Son las proyecciones financieras del proyecto de inversión que se elaboran para la vida útil estimada o también llamado horizonte del proyecto (Sapag N., Sapag R., 2014).

Es el balance general proyectado donde se presenta la situación de la empresa por el tiempo de vida útil del proyecto.

EMPRESA “D’JOMARS JEANS”
LÍNEA DE JEAN INFANTIL
BALANCE GENERAL INICIAL PROYECTADO

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
ACTIVO					
CIRCULANTE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja, Bancos	\$ 323,13	\$ 334,05	\$ 345,34	\$ 357,01	\$ 369,08
Cuentas por cobrar	\$ 13.038,04	\$ 13.478,73	\$ 13.934,31	\$ 14.405,29	\$ 14.892,19
Inventarios	\$ 6.666,08	\$ 6.891,39	\$ 7.124,32	\$ 7.365,12	\$ 7.614,06
Total Activo circulante	\$ 20.027,25	\$ 20.704,17	\$ 21.403,97	\$ 22.127,42	\$ 22.875,33
FIJO					
Maquinaria	\$ 9.510,00	\$ 9.831,44	\$ 10.163,74	\$ 10.507,28	\$ 10.862,42
Herramientas	\$ 98,00	\$ 101,31	\$ 104,74	\$ 108,28	\$ 111,94
Equipo de oficina	\$ 66,00	\$ 68,23	\$ 70,54	\$ 72,92	\$ 75,39
Muebles y enseres	\$ 415,00	\$ 429,03	\$ 443,53	\$ 458,52	\$ 474,02
Adecuaciones	\$ 1.000,00	\$ 1.033,80	\$ 1.068,74	\$ 1.104,87	\$ 1.142,21
(-) Depreciación Acumuladas	\$ 2.217,80	\$ 2.217,80	\$ 2.217,80	\$ 2.217,80	\$ 2.217,80
Total activo fijo	\$ 8.871,20	\$ 9.246,01	\$ 9.633,48	\$ 10.034,06	\$ 10.448,17
DIFERIDO					
Software contable	\$ 700,00	\$ 723,66	\$ 748,12	\$ 773,41	\$ 799,55
Permisos legales	\$ 105,00	\$ 108,55	\$ 112,22	\$ 116,01	\$ 119,93
Patentes	\$ 175,00	\$ 180,92	\$ 187,03	\$ 193,35	\$ 199,89
Marcas	\$ 510,00	\$ 527,24	\$ 545,06	\$ 563,48	\$ 582,53
(-) Amortización Acumulada	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00

Total activo diferido	\$ 1.192,00	\$ 1.242,36	\$ 1.294,43	\$ 1.348,25	\$ 1.403,89
TOTAL ACTIVO	\$ 30.090,45	\$ 31.192,54	\$ 32.331,88	\$ 33.509,73	\$ 34.727,39
PASIVO					
Corriente					
Pasivo circulante	\$ 8.010,90	\$ 8.281,67	\$ 8.561,59	\$ 8.850,97	\$ 9.150,13
Total Pasivo corriente	\$ 8.010,90	\$ 8.281,67	\$ 8.561,59	\$ 8.850,97	\$ 9.150,13
No corriente					
Largo plazo					
Préstamo por Pagar	\$ 8.671,19	\$ 7.882,53	\$ 7.093,86	0	0
Total Pasivo no corriente	\$ 8.671,19	\$ 7.882,53	\$ 7.093,86	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 16.682,09	\$ 16.164,19	\$ 15.655,45	\$ 8.850,97	\$ 9.150,13
PATRIMONIO	\$ 13.408,35	\$ 15.028,34	\$ 16.676,43	\$ 24.658,76	\$ 25.577,26
Capital	\$ 13.408,35	\$ 15.028,34	\$ 16.676,43	\$ 24.658,76	\$ 25.577,26
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 30.090,45	\$ 31.192,54	\$ 32.331,88	\$ 33.509,73	\$ 34.727,39

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

6.7.4. Presupuesto de ingresos

Es el estado financiero que cuantifica el importe de los recursos monetarios que se recien en razón de las operaciones del proyecto de inversión (Morales J., Morales A., 2009).

Están representados por las ventas estimadas que se obtendrán con la nueva línea de jean infantil, a través de la demanda potencialmente insatisfecha real del 8%, de acuerdo con la capacidad de la planta, con un total de 17.796 pantalones al año, esto por el precio promedio que tendrá el pantalón, no da un total de \$156.456,5 que serían las ventas brutas del producto.

Tabla N° 83: Presupuesto de ingresos de la línea de jean infantil.

AÑO	DPI REAL 8% DIARIO	DPI ANUAL en unidades	Precio	Ingresos brutos
2016	4	17.796	8,79	\$ 156.456,50
2017	4	18.072	9,09	\$ 164.253,25
2018	4	18.348	9,40	\$ 172.398,31
2019	4	18.636	9,71	\$ 181.022,89
2020	4	18.924	10,04	\$ 190.033,54
2021	4	19.224	10,38	\$ 199.571,08

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

6.7.5. Estado de resultados proyectados

Calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto (Baca G., 2013).

Es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona compone a un periodo determinado (general un año) (Morales J., Morales A., 2009).

Es el cálculo de los flujos de efectivo proyectado para el tiempo de vida útil del proyecto.

EMPRESA “D’JOMARS JEANS”
LÍNEA DE JEAN INFANTIL
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS (Ventas)	\$ 156.456,50	\$ 164.253,25	\$ 172.511,06	\$ 181.139,46	\$ 190.154,05
<u>(-) Costos de producción</u>	<u>\$ 125.737,37</u>	<u>\$ 129.902,26</u>	<u>\$ 134.207,92</u>	<u>\$ 138.659,12</u>	<u>\$ 143.260,76</u>
(-)Materia Prima	\$ 72.233,96	\$ 74.675,47	\$ 77.199,50	\$ 79.808,85	\$ 82.506,39
(-)Insumos	\$ 4.285,18	\$ 4.430,02	\$ 4.579,76	\$ 4.734,55	\$ 4.894,58
(-)Material Indirecto	\$ 8.729,80	\$ 9.024,86	\$ 9.329,90	\$ 9.645,25	\$ 9.971,26
(-)Personal operativo	\$ 17.796,00	\$ 18.397,50	\$ 19.019,34	\$ 19.662,19	\$ 20.326,78
(-)Personal de contacto directo	\$ 5.112,40	\$ 5.285,20	\$ 5.463,84	\$ 5.648,52	\$ 5.839,44
(-)Servicios básicos	\$ 647,43	\$ 669,31	\$ 691,94	\$ 715,32	\$ 739,50
(-)Cargos depreciación y amortización	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80
(-)Mantenimiento	\$ 180,00	\$ 186,08	\$ 192,37	\$ 198,88	\$ 205,60
(-)Lavado	\$ 14.236,80	\$ 14.718,00	\$ 15.215,47	\$ 15.729,76	\$ 16.261,42
(=)UTILIDAD BRUTA	\$ 30.719,13	\$ 34.350,98	\$ 38.303,14	\$ 42.480,34	\$ 46.893,28
(-) Costos Administrativos	\$ 5.905,40	\$ 6.105,00	\$ 6.311,35	\$ 6.524,68	\$ 6.745,21
(-)Personal administrativo	\$ 4.875,08	\$ 5.039,86	\$ 5.210,20	\$ 5.386,31	\$ 5.568,37
(-)Servicios básicos	\$ 910,95	\$ 941,74	\$ 973,57	\$ 1.006,48	\$ 1.040,50
(-)Suministros de oficina	\$ 81,97	\$ 84,74	\$ 87,60	\$ 90,57	\$ 93,63
(-)Suministros de limpieza	\$ 37,40	\$ 38,66	\$ 39,97	\$ 41,32	\$ 42,72
(-) Costos de venta	\$ 2.585,00	\$ 2.672,37	\$ 2.762,70	\$ 2.856,08	\$ 2.952,61
(-)Publicidad y promoción	\$ 25,00	\$ 25,85	\$ 26,72	\$ 27,62	\$ 28,56
(-)Gastos transporte	\$ 2.560,00	\$ 2.646,53	\$ 2.735,98	\$ 2.828,46	\$ 2.924,06

<u>(-) Costos financieros</u>	<u>\$ 2.004,53</u>	<u>\$ 1.215,86</u>	<u>\$ 427,19</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
<u>(-) Pago Intereses</u>	<u>\$ 2.004,53</u>	<u>\$ 1.215,86</u>	<u>\$ 427,19</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
Utilidad antes de impuestos	\$ 20.224,20	\$ 24.357,75	\$ 28.801,89	\$ 33.099,58	\$ 37.195,46
<u>(-) Impuesto a la renta</u>	<u>\$ 646,50</u>	<u>\$ 3.695,34</u>	<u>\$ 3.028,72</u>	<u>\$ 2.384,06</u>	<u>\$ 1.769,68</u>
Utilidad después de impuesto	\$ 19.577,70	\$ 20.662,41	\$ 25.773,18	\$ 30.715,52	\$ 35.425,78
<u>(-) Utilidad de trabajadores 15%</u>	<u>\$ 2.936,66</u>	<u>\$ 3.099,36</u>	<u>\$ 3.865,98</u>	<u>\$ 4.607,33</u>	<u>\$ 5.313,87</u>
Utilidad Neta	\$ 16.641,05	\$ 17.563,05	\$ 21.907,20	\$ 26.108,19	\$ 30.111,91

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

6.7.6. Flujo de caja.

Desde el punto de vista financiero, para los proyectos de inversión se considera la suma de la utilidad neta más las amortizaciones y depreciaciones del ejercicio (Morales J., Morales A., 2009).

Son el beneficio real de la operación de la planta y se obtienen restando a los ingresos todos los gastos e impuestos que se tengan que pagar (Baca G., 2013).

Es el resultado beneficioso que se obtiene del ejercicio de la planta más las depreciaciones y amortizaciones.

EMPRESA “D’JOMARS JEANS”

LÍNEA DE JEAN INFANTIL

FLUJO DE EFECTIVO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS (Ventas)		\$ 156.456,50	\$ 164.253,25	\$ 172.511,06	\$ 181.139,46	\$ 190.154,05
<u>(-) Costos de producción</u>		<u>\$ 125.737,37</u>	<u>\$ 129.902,26</u>	<u>\$ 134.207,92</u>	<u>\$ 138.659,12</u>	<u>\$ 143.260,76</u>
(=)UTILIDAD BRUTA		\$ 30.719,13	\$ 34.350,98	\$ 38.303,14	\$ 42.480,34	\$ 46.893,28
(-) Costos Administrativos		\$ 5.905,40	\$ 6.105,00	\$ 6.311,35	\$ 6.524,68	\$ 6.745,21
(-) Costos de venta		\$ 2.585,00	\$ 2.672,37	\$ 2.762,70	\$ 2.856,08	\$ 2.952,61
<u>(-) Costos financieros</u>		<u>\$ 2.004,53</u>	<u>\$ 1.215,86</u>	<u>\$ 427,19</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
Utilidad antes de impuestos		\$ 20.224,20	\$ 24.357,75	\$ 28.801,89	\$ 33.099,58	\$ 37.195,46
<u>(-) Impuesto a la renta</u>		<u>\$ 646,50</u>	<u>\$ 3.695,34</u>	<u>\$ 3.028,72</u>	<u>\$ 2.384,06</u>	<u>\$ 1.769,68</u>
Utilidad después de impuesto		\$ 19.577,70	\$ 20.662,41	\$ 25.773,18	\$ 30.715,52	\$ 35.425,78
<u>(-) Utilidad de trabajadores 15%</u>		<u>\$ 2.936,66</u>	<u>\$ 3.099,36</u>	<u>\$ 3.865,98</u>	<u>\$ 4.607,33</u>	<u>\$ 5.313,87</u>
Utilidad Neta		\$ 16.641,05	\$ 17.563,05	\$ 21.907,20	\$ 26.108,19	\$ 30.111,91
(+) Cargo depre. Y amortización		\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80
Inversión	\$ 24.595,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<u>(-) Pago a principales</u>	<u>\$ -20.000,00</u>	<u>\$ 6.666,67</u>	<u>\$ 6.666,67</u>	<u>\$ 6.666,67</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
Flujo neto de efectivo	\$ 4.595,35	\$ 12.490,18	\$ 13.412,18	\$ 17.756,33	\$ 28.623,99	\$ 32.627,71

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

6.8. Punto de equilibrio.

Es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables, (Baca, U., 2013).

Es la cantidad de ingresos que igualan la totalidad de costos y gastos en que incurre normalmente una empresa, es decir donde el volumen de ventas con cuyos ingresos se igualan a los costos totales y la empresa no reporta utilidad pero tampoco perdida (García J., 2008).

Es el estudio de los costos fijos, variables y las ventas totales para determinar en qué punto estimado se recuperaría la inversión.

Costos fijos

Costos que en el corto plazo permanece constante cuando la cantidad producida se incrementa o disminuye, dentro de ciertos rangos de producción, (Sepúlveda, C., 2004).

Son aquellos independientes del volumen de producción (Baca G., 2013).

Tabla N° 84: Total costos fijos

COSTOS FIJOS	
Sueldos y salarios	\$ 5.112,40
Insumos de producción	\$ 647,43
Depreciación y amortización	\$ 2.515,80
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	\$ 180,00
Total	\$ 8.455,63

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

Costos variables

Costo que aumenta o disminuye cuando la cantidad producida aumenta o disminuye, es decir varía directamente a nivel de producción, (Sepúlveda, C., 2004).

Son aquellos que varían directamente con el volumen de producción (Baca G., 2013).

Tabla N° 85: Total costos variables

COSTO VARIABLES	
Materia Prima	\$ 72.233,96
Insumos	\$ 4.285,18
Materiales Indirectos	\$ 8.729,80
Personal Operativo	\$ 17.796,00
Lavado	\$ 14.236,80
Total	\$ 117.281,74

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

Tabla N° 86: Punto de equilibrio en volumen de ventas

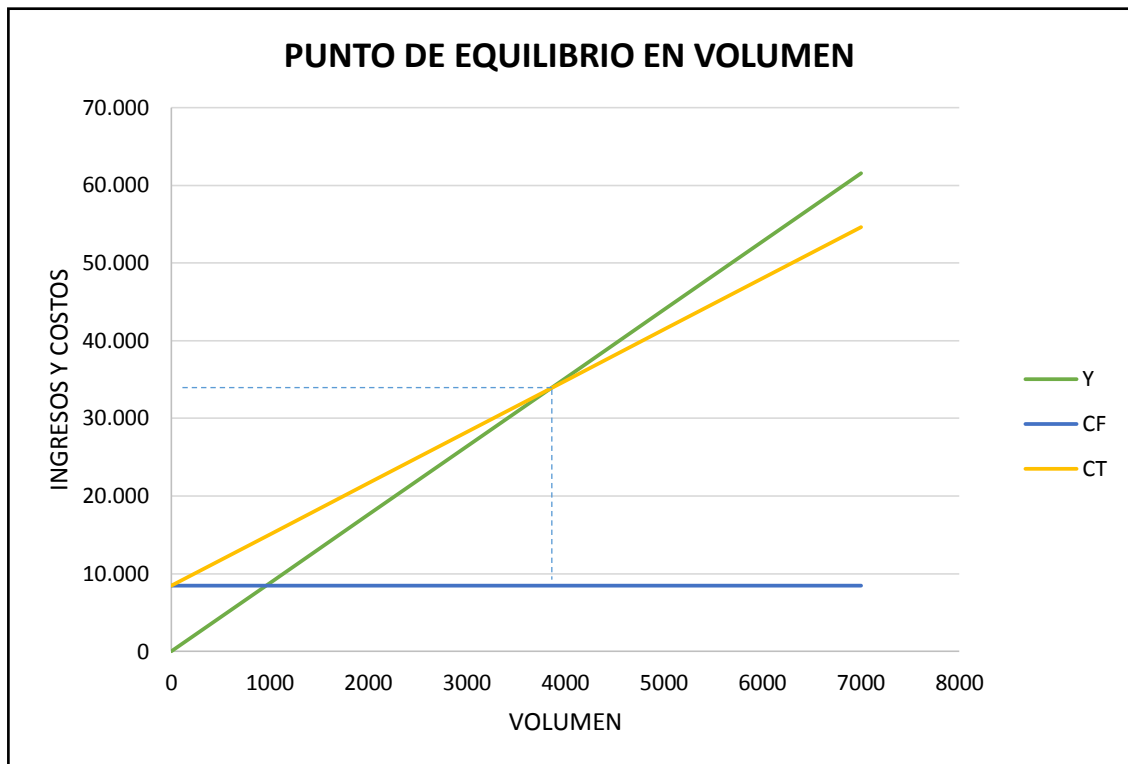
FÓRMULA P.E. \$
$P.E.\$ = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$

DATOS:	
VT	\$ 156.456,50
CV	\$ 117.281,74
CF	\$ 8.455,63
P.E	\$33.770,17

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

Gráfico N° 29: Punto de equilibrio en volumen de venta



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

El punto de equilibrio que se obtuvo para la línea de jean infantil de acuerdo al volumen de ventas fue un total de \$33.770,17, es decir que al vender este valor la empresa empezara a generar utilidades.

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.

La Tasa mínima aceptable de rendimiento es aquella que debe retornar la inversión, (Lara B., 2014).

La tasa mínima de rendimiento debe recuperar el costo de capital de los recursos utilizados por la empresa para la adquisición de los activos necesarios para llevar a cabo el proyecto de inversión (Morales J., Morales A., 2009).

Para el cálculo de la tasa mínima de ganancia sobre la inversión (TMAR), se tomó de referencia los porcentajes de la fuente de financiamiento para la inversión inicial, con el 46% de aportación propia y el 54% restante a través de un financiamiento.

Siendo este un elemento importante para el cálculo de criterios alternativos para la evaluación de proyectos como son: el VAN, TIR, y el RB/C.

Se aplica la siguiente fórmula:

$$TMAR = i + f$$

Dónde:

Abreviatura	Variable	%	
i	Riesgo país	9,08%	Al 4-Jul-16
f	Inflación	1,59%	Al 30-Jun-16

Se obtiene:

$$\begin{aligned} TMAR 1 &= i + f \\ TMAR 1 &= 0,0908 + 0,0159 \\ TMAR 1 &= 0,1067 \\ \mathbf{TMAR 1} &= \mathbf{10,67\%} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} TMAR 2 &= 0,0908 + (0,0159 * 2) \\ TMAR 2 &= 0,1226 \\ \mathbf{TMAR 2} &= \mathbf{12,26\%} \end{aligned}$$

La inversión se compone de un préstamo, es necesario el cálculo de la TMAR global mixto, con la ponderación de las aportaciones, se la siguiente forma:

Tabla N° 87: TMAR 1 global mixto

Fuentes de Financiamiento	Valor	% aportación	%	TMAR	Ponderación
Capital propio	\$ 4.595,35	19%	0,19	0,1067	0,0199
Instituciones Financieras	\$ 20.000,00	81%	0,81	0,1183	0,0962
Σ					0,1161
TMAR 1 Global Mixto					11,61%

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

Tabla N° 88: TMAR 2 global mixto

Fuentes de Financiamiento	Valor	% aportación	%	TMAR	Ponderación
Capital propio	\$ 4.595,35	19%	0,19	0,1226	0,022906
Instituciones Financieras	\$ 20.000,00	81%	0,81	0,1183	0,096197
Σ					0,1191034
TMAR 2 Global Mixto					11,91%

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

Con la obtención de la TMAR global mixta de 11,61%, dándonos como resultado el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para pagar el 10,67% de interés sobre los \$4.595,35 de aporte propio, el 11,83% de interés sobre los \$20.000, de aporte financiero.

6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

Es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos de efectivo y el valor actual de inversión, cuyo resultado se expresa en dinero (Morales J., Morales A., 2009).

Determina la cantidad de dinero que se recibe, paga o sobra al final de todos y cada uno de los periodo del proyecto o alternativa bajo la condición de tasa mínima de rendimiento (Varela R., 2010).

Nos permite determinar la factibilidad del proyecto a ser implementado como se puede observar en la fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24.595,35 + \frac{12.471,75}{(1+0,1161)} + \frac{13.423,20}{(1+0,1161)^2} + \frac{17.767,35}{(1+0,1161)^3} + \frac{28.635,01}{(1+0,1161)^4} + \frac{32.638,73}{(1+0,1161)^5}$$

DATOS:

TMAR1= 0,1161

TMAR 2= 0,1191

Io= \$ 24.595,35

VAN 1= \$ 47.420,03

VAN 2= \$ 46.781,35

VAN >= 0 Factible

De acuerdo con el resultado obtenido el VAN 1 es positivo, por lo tanto el proyecto de implantación de la nueva línea de jean infantil es aceptable, ya que generará ganancias mayores a las exigidas.

6.11. Indicadores Financieros

Es una de las claves para el éxito de una empresa, y un buen análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles de un negocio (Baca G., 2013).

Son solamente uno de los elementos que ayudan a realizar un diagnóstico financiero de la empresa (García O., 2009).

Indicadores de liquidez

	Año 1	Año 5
Razón Circulante = $\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	= 2,50	2,50
Prueba Ácida = $\frac{\text{Activo Circulante-Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$	= 1,67	1,67
Razón Efectivo = $\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}}$	= 0,04	0,04

Análisis:

Por cada dólar de pasivo circulante de la línea de Jean infantil tiene \$2,50 para cubrirlo del primer al quinto año, es decir que del cien por ciento de sus ingresos el 40% son para el pago de sus obligaciones a corto plazo y puede disponer del restante 60%.

Por cada dólar de pasivo circulante tiene \$1,67 para cubrirlo, por lo tanto no tendría que liquidar su inventario para alcanzar a cubrirlo, de la misma manera para el quinto año.

Por cada dólar de deuda a corto plazo se dispone de \$0,04 de efectivo, de tal manera que no está en capacidad de cubrirlo, esto se debe a que la naturaleza de la empresa es el de invertir constantemente al efectivo y no mantenerlo muerto, ya que sigue generando utilidades. Por

otro lado las políticas de venta la empresa establece un período de crédito de 15, 30 y 45 días, así como también la venta con cartera.

Indicadores de Actividad

		Año1	Año 5
Rotación de inventario =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Inventario}}$	= 23,47	días 24,97
Rotación de Cuentas por cobrar =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$	= 12,00	días 12,77
Rotación Capital de Trabajo Neto =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Capital de Trabajo Neto}}$	= 13,02	13,85

Análisis:

El inventario mantiene una rotación de 23,47, es decir que las ventas se ejecutarán cada 23 días para el primer año, para el quinto año se ejecutara cada 25 días.

Las cuentas por cobrar tendrán una rotación de 12 días para el primer año, y de 13 días para el quinto año, lo cual es favorable ya que se dispondría de dinero para cubrir sus deudas.

En cuanto a la rotación del capital de trabajo se tiene un respaldo de 13 veces para el primer y 14 veces para el quinto año frente a las ventas.

Indicadores de rentabilidad

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = 0,11 \quad 0,16$$

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} = 0,57 \quad 0,87$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital}} = 5,55 \quad 1,17$$

Análisis:

El margen de utilidad frente a las ventas sería del 11% al primer año y el 16% al quinto año, con un total de \$17.654,45 al primer año y un total de \$25.524 al quinto año, por lo que se ha ido incrementando a través de los años.

La rentabilidad frente a los activos totales nos da un total del 57% al primer año y el 87% al quinto, con un crecimiento del 30%.

La rentabilidad frente al capital del primer año sería de 5,55 ya que se registra el únicamente el aporte propio de la empresa, para el quinto año se genera una rentabilidad del 1,17 siendo positivo.

Indicadores de solvencia y apalancamiento

			Año 1	Año 5
Endeudamiento del activo=	$\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$	=	90%	26%
Endeudamiento patrimonial=	$\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total patrimonio}}$	=	8,76	0,34
Endeudamiento del activo fijo=	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo fijo neto tangible}}$	=	0,32	2,29

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Total Activo}}{\text{Patrimonio}} = 9,76 \quad 1,34$$

$$\text{Apalancamiento financiero} = \frac{\frac{\text{Utilidades antes de impuestos}}{\text{Patrimonio}}}{\frac{\text{Utilidades antes de impuestos e intereses}}{\text{Total activo}}} = 10,77 \quad 1,37$$

Análisis:

El endeudamiento del activo en el primer año es del 90% el cual es elevado por lo que en el primer año va a depender de sus acreedores, en comparación con el quinto año con un 26% el cual se reduce, generando una independencia de la línea y creando una expectativa positiva para el propietario.

El endeudamiento patrimonial del primer año es de 8,76 el cual es elevado en comparación con el del quinto año con un 0,34, debido a que al iniciar sus actividades la empresa genera un mayor compromiso con sus acreedores, por lo que al quinto año está libre de deudas a largo plazo, mostrando un origen de aporte propio.

Por cada unidad de activo fijo se obtiene \$0,32 de patrimonio para el primer año y para el quinto año se obtendrá \$2,29 de patrimonio, es decir que la empresa pudo haber invertido en activos fijos sin necesidad de realizar el préstamo.

Por cada unidad de patrimonio genera \$9,76 de activos para el primer año, con un nivel de apoyo alto por causa del financiamiento, para el quinto año generara \$1,34, mismo que se reduce ya que el financiamiento será completado.

Para el primer año el financiamiento contribuye \$10,77 sobre las utilidades del aporte propio, es decir que con el endeudamiento se generan mayores utilidades, en comparación con el quinto año que se reduce, generando \$1,37, ya que se cubre el total del financiamiento.

6.12. Tasa beneficio – costo

Es la relación entre todos los ingresos de efectivo actualizado del proyecto divididos para los egresos totales del proyecto, (Lara B., 2014).

Este parámetro representa la suma de los flujos de efectivo a valor presente dividida entre inversión inicial neta a valor presente menos 1 (Morales J., Morales A., 2009).

Fórmula:

$$RB/C = \frac{\sum \text{INGRESOS BRUTOS}}{\sum \text{COSTOS TOTALES DEL PROYECTO}}$$

$$\begin{aligned} \mathbf{RB/C} &= 1,13 \\ \mathbf{RB/C} &\geq 1 \text{ factible} \\ \mathbf{RB/C} &\leq 1 \text{ no es factible} \end{aligned}$$

De acuerdo con el resultado se establece una factibilidad en el proyecto de la línea de jean infantil.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión.

Mediante la aplicación de este método se puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta, es decir cuántos años los flujos de efectivo igualaran el monto de la inversión inicial (Morales J., Morales A., 2009).

Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años requeridos para recuperar la inversión inicial emitida por medio de los flujos de efectivo futuros que genera el proyecto (Baca G., 2013).

Es el tiempo en el que se recupera la inversión del proyecto se puede determinar en años meses y días, a continuación la PRI de la línea de jean infantil:

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{AÑOS}}$$

$$PRI = 1,17$$

$$\begin{aligned} AÑOS &= 1 \\ MESES &= 2 \\ DÍAS &= 1 \end{aligned}$$

La recuperación de la inversión de la línea de jean infantil de acuerdo con los resultados se dará en 1 año, 2 meses y 1 día.

6.14. Tasa interna de retorno.

Es la tasa que convierte al VAN en cero, esto significa que la totalidad de los flujos positivos actualizados son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados, es decir

que es la tasa más alta que los inversionistas puedan pagar sin perder su dinero, (Lara B., 2014).

Es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero, o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo iguallen al monto de la inversión (Morales J., Morales A., 2009).

Fórmula:

$$TIR = TMAR 1 + (TMAR2 - TMAR1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN2}$$

$$\begin{aligned} TIR &= 34\% \\ TIR &\geq TMAR \text{ Rendimiento} \end{aligned}$$

Se obtuvo una tasa interna de retorno del 34%, es decir expresa el rendimiento que se obtendrá con la nueva línea de jean infantil, el cual es atractivo para la empresa a comparación de las tasas pasivas del banco que son del 6%, con una ganancia anual del 28%.

6.15. Análisis de sensibilidad.

Mide la variación que se produce en el rendimiento del resultado del proyecto de inversión, como consecuencia de la modificación de alguna de las variables que determinan la rentabilidad o los beneficios, considerando que las demás variables no cambian (Morales J., Morales A., 2009).

Se denomina al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto (Baca G., 2013).

Para la determinación de las variaciones se representa en el siguiente cuadro donde se muestran dos escenarios, el optimista y el pesimista:

Tabla N° 89: Análisis de sensibilidad de la línea de jean infantil.

VARIACIONES	ESCENARIO OPTIMISTA	VALOR	ESCENARIO REAL	ESCENARIO PESIMISTA	VALOR
VALOR ACTUAL NETO 1	(+) 20%	\$ 166.322,81	\$ 47.420,33	(-) 20%	\$ -54.890,46
VALOR ACTUAL NETO 2	(+) 20%	\$ 164.779,75	\$ 46.781,35	(-) 20%	\$ -54.751,29
TASA INTERNA DE RETORNO	(+) 20%	44%	34%	(-) 20%	12%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	(+) 20%	\$ 1,40	\$ 1,13	(-) 20%	\$ 0,92
PERÍODO INTERNO DE RECUPERACIÓN	(+) 20%	5 meses y 16 días	1 año, 2 meses y 1 día	(-) 20%	3 años, 4 meses y 10 días

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Jessica Chango.

Para el escenario optimista con la incrementación del 20% se obtuvo un incremento en el VAN, lo que se puede manifestar que existiría mayor rentabilidad, la TIR con una recuperación del 44% con una comparación de incremento del 10% al escenario real, relación beneficio/costo de 1,40 y el periodo interno de recuperación menor de 5 meses y 16 días, lo cual significa mayor rentabilidad para la empresa. Los resultados se puede observar en el anexo 4.

Para el escenario pesimista con el decremento del 20% se han obtenido valores negativos, en el VAN dándonos un rechazo del proyecto, la TIR con una recuperación del 12% de la inversión por lo que se reduce un 22% de la real, la relación beneficio costo de 0,92 que de igual forma se rechaza, y con período de recuperación mayor de 3 años, 4 meses y 10 días, generando pérdidas para la empresa hasta el cuarto año.

CAPITULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

Como resultados del proyecto de emprendimiento realizado en la empresa D`JOMARS JEANS se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Se determinó la oportunidad que existe en la implementación de una nueva línea de jean infantil a través del punto de vista innovación, con el uso de la fibra de plástico PET en la materia prima, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y contribuir con su crecimiento.

En el estudio de mercado mediante la aplicación de las encuestas se estableció el reconocimiento de la calidad del producto y la atención personalizada hacia los clientes. Por consiguiente se obtuvo un creciente mercado potencial para el proyecto, favoreciendo su desarrollo.

La comercialización del producto se definió acorde a las necesidades de los clientes entre las diversas se encuentra la venta directa, servicio de encomiendas, para una mayor comodidad y satisfacción. De igual forma se fijaron los medios para dar a conocer el nuevo producto tales como las redes sociales y los anuncios personales, para una recepción eficaz.

Se detallaron también los procesos de producción del jean, con el uso de un curso grama analítico para un mejor manejo y control en la transformación del producto, de la misma manera asistiendo al control de los maquiladores.

Se planteó el orden jerárquico de la empresa D'JOMARS JEANS a través de una estructura organizativa, igualmente se elaboraron manuales funcionales, los cuales contribuyen en la aclaración de las actividades laborales en cada departamento, eliminando el riesgo de mantener tiempos muertos.

En el estudio económico-financiero se estipuló la factibilidad en la implantación de la nueva línea de jean infantil, mediante un plan de inversiones y presupuestos, obteniendo resultados sugestivos, con los cuales la empresa puede progresar y aprovechar la posición de mercado actual que posee.

Los indicadores son positivos ya que arroja una rentabilidad aceptable, así mismo el período de recuperación de la inversión no es elevado, generando así ingresos optimistas para la empresa.

7.2. Recomendaciones

Se puede manifestar que la empresa es de carácter familiar, por lo tanto posee una estructura administrativa rudimentaria, por lo que se recomienda crear una estructura formal, cumpliendo con las actividades y funciones a cabalidad, ya que se obtendrán grandes ventajas competitivas y por lo tanto rentables.

Se sugiere cumplir a cabalidad con el perfil establecido para las diferentes áreas de la empresa, especialmente el factor experiencia que deben poseer, con el fin de mejorar el desempeño empresarial y consolidarla, favoreciendo la expansión que puede surgir en el futuro.

En cuanto a los procesos se requiere de un personal de planta que controle la calidad de los productos, a la hora de entrega por parte de los maquiladores, evitando falencias en los pantalones y su respectiva corrección.

En cuanto a los índices de rendimiento y rentabilidad es favorable, pero existen costos elevados por lo que se recomienda reducir o eliminar, a través de acuerdos o estrategias con proveedores, buscando reducir costos en la producción del jean infantil.

8. Referencias bibliográficas

Baca Urbina G. (2010-2013). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Garrison R., Noreen E., Brewer P., (2007). *Contabilidad Administrativa*. Mc Graw Hill.

Lara B., (2014). *Como elaborar proyectos de inversión*. Ecuador: Oseas Espín.

Kinear, Taylor, (1993). *Fundamentos de la mercadotecnia*. México: Mc Graw-Hill.

Benjamín F., (2014). *Organización de empresas*. México: Mc Graw-Hill.

Pickle H., y Royce L., (1990). *Administración de empresas pequeñas y medianas*. México: Limusa.

Timothy J. Galpin, (2013) *La cara humana del cambio*. Madrid: Díaz de Santos

Urbano D., Toledano N., (2008). *Invitación al emprendimiento*. Barcelona: UOC

Morgane K., (2015). *Marketing Mix*. Lemaitre Publishing: 50minutos.com

Fernández F., Rodríguez J., Morcillo P., Martín C., (2011). *Sectores de la nueva economía 20+20*. Madrid: Fundación EOI

García J., (2008). *Contabilidad de Costos*. México: Mc Graw-Hill.

Córdoba M., (2012). *Gestión Financiera*. Colombia: Ecoe.

Sapag N., Sapag R., (2014). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill.

Morales J., Morales A., (2009). *Proyectos de Inversión*. México: Mc Graw-Hill.

Varela R., (2010). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. Colombia: Mc Graw-Hill.

Páginas web:

<http://www.planificacion.gob.ec/>

https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais




https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

<http://xlibros.com/wp-content/uploads/2014/04/Organizacion-de-Empresas-Benjamin-3ed.pdf>

<http://www.worldbank.org/depweb/spanish/modules/social/pgr/>

ANEXOS

Anexo 1

	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		 <i>...le hace bien al país!</i>
NÚMERO RUC:	1802747830001		
APELLIDOS Y NOMBRES:	TENELEMA GARCES BLANCA PIEDAD		
NOMBRE COMERCIAL:	D' JOMARS		
CONTADOR:	CALAPIÑA SANCHEZ PAULINA ELIZABETH		
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	SI
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	S/N	NÚMERO:	S/N
FEC. NACIMIENTO:	16/05/1973	FEC. INICIO ACTIVIDADES:	02/05/2014
FEC. INSCRIPCIÓN:	02/05/2014	FEC. ACTUALIZACIÓN:	29/04/2016
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL			
FABRICACION DE PRENDAS PARA VESTIR PARA HOMBRE			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: UNAMUNCHO Calle: LOS AMAZONICOS Numero: S/N Interseccion: VIA A UNAMUNCHO Referencia: BARRIO SAN ISIDRO, A DOS CUÁDRAS DEL ESTADIO, CASA DE TRES PISOS, COLOR MOSTAZA Telefono: 032481044 Email: blancatenele@yahoo.es Celular: 0999227618			
DOMICILIO ESPECIAL			
SN			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	4	ABIERTOS	4
JURISDICCIÓN	\ ZONA 3\ TUNGURAHUA	CERRADOS	0
			
Código: RIMRUC2016000661341			
Fecha: 24/06/2016 15:03:34 PM			



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES



NÚMERO RUC:
APELLIDOS Y NOMBRES:

1802747830001
TENELEMA GARCES BLANCA PIEDAD

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO: 001 Estado: ABIERTO - MATRIZ FEC. INICIO ACT.: 02/05/2014
NOMBRE COMERCIAL: D' JOMARS FEC. CIERRE: FEC. REINICIO:
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
FABRICACION DE PRENDAS PARA VESTIR PARA HOMBRE
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: IZAMBA Ciudadela: SECTOR PUERTO ARTURO Barrio: SAN ISIDRO Calle: LOS AMAZONICOS Numero: S/N Interseccion: VIA A UNAMUNCHO Referencia: A DOS CUADRAS DEL ESTADIO, CASA DE TRES PISOS, COLOR MOSTAZA Email: blancatenele@yahoo.es Telefono Domicilio: 032481044 Celular: 0999227618

No. ESTABLECIMIENTO: 002 Estado: ABIERTO - LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT.: 06/05/2014
NOMBRE COMERCIAL: D' JOMARS FEC. CIERRE: 06/05/2014 FEC. REINICIO: 06/05/2014
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRENDAS DE VESTIR
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: TUNGURAHUA Canton: AMBATO Parroquia: PISHILATA Calle: AV. BOLIVARIANA Numero: S/N Interseccion: AV. EL CONDOR Y JULIO JARAMILL Referencia: FRENTE AL BANCO DEL PICHINCHA Edificio: MERCADO MAYORISTA Piso: 0 Oficina: 24 Celular: 0999227618 Email: blancatenele@yahoo.es

No. ESTABLECIMIENTO: 003 Estado: ABIERTO - LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT.: 06/05/2014
NOMBRE COMERCIAL: D' JOMARS FEC. CIERRE: FEC. REINICIO:
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRENDAS DE VESTIR
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: PICHINCHA Canton: QUITO Parroquia: QUITO Calle: AV. MALDONADO Numero: 10385 Interseccion: QUIMIAG Referencia: A DOS CUADRAS DEL PUENTE DE HUAJALO Edificio: C.C. DE MAYORISTAS Y NEGOCIOS Oficina: PUESTO 57 Celular: 0999227618 Email: blancatenele@yahoo.es

No. ESTABLECIMIENTO: 004 Estado: ABIERTO - LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT.: 06/05/2014
NOMBRE COMERCIAL: D' JOMARS FEC. CIERRE: FEC. REINICIO:
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRENDAS DE VESTIR
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: PICHINCHA Canton: QUITO Parroquia: QUITO Calle: AV. MALDONADO Numero: 10385 Interseccion: QUIMIAG Referencia: A DOS CUADRAS DEL PUENTE DE HUAJALO Edificio: C.C. DE MAYORISTA Y NEGOCIOS A Oficina: PUESTO 433 Celular: 0999227618 Email: blancatenele@yahoo.es



Código: RIMRUC2016000661341
Fecha: 24/06/2016 15:03:34 PM

CLIENTES D'JOMARS JEANS 2015

N°	CLIENTE	RUC	DIRECCIÓN	TELF.	E-MAIL
1	Angelita Chamorro	0602984452001	Tena	0991331756	angelitachamorro1975@yahoo.es
2	Veronica Yanchaguano	0503330656001	Quito	0939911069	
3	María Mendoza	1708957467001	Quito		
4	Leónidas Chasi	1701985200001	Quito	0993102957	
5	Fermín Chilibingua	0500059720001	Lago Agrio	0969563000	
6	María Yanchaguano	0503424236001	El Quinche		
7	Vicente Barrera	1701659019001	Quito		
8	Olga Chicaiza	0502102643001	Latacunga		
9	Wilson Córdova	1712612975001	Quito		
10	Blanca Barrera	1708956212001	Quito		
11	Rosa Ortiz	0603331034	Riobamba		
12	María Yauripoma	1500604341001	Tena	0984565500	lucyfashion3@hotmail.com
13	Juana Charicando	0601012933001	Manta		
14	Juan Arriaga	1712553492	Quevedo	0969979160	juanarriaga1972@hotmail.com
15	Luis Pilamunga	1719799791001	Quito	0979208732	luispilamunga1984@hotmail.com
16	Carmen Coello	0908193659	Durán		
17	Gladys Mero	0907213243	Durán		
18	José Asimbaya	1710217173001	Quito		
19	Gastón Perguachi	0909609521	Durán		
20	Lucía Pesantes	1712116456001	Quito		
21	Rosa Morocho	0502109812001	Latacunga		
22	Jessica Enríquez	1723583918001	Quito		
23	Mercedes Quispe	0503075921	Latacunga		
24	Susana Cuvi	0603386061001	Riobamba		
25	Olimpia Cuvi	1600313149001	Puyo		
26	Verónica Simbaña	1600250987001	Puyo		
27	José Hidalgo	0500250782001	Latacunga	0992735370	
28	Petrona Guacho	0601427115001	Manta	0982919132	
29	Ramiro Jiménez	1706288576	Quito		
30	Rosa Rivas	1707532881	Quito		
31	Humberto Tiban	1802920775	El Sacha	0994589090	
32	Lusmila Morales	1003480736	Otavalo		
33	Antonio Quillupangui	1700936352001	Quito		
34	Paúl Llive	1716890130001	Quito	0985864871	llivepaul@gmail.com
35	Rosa Cuaran	1714344783001	Quito		
36	Elena Farinango	1002550752	Alausi	0993183642	
37	Hilda Garcés	1500897069001	Tena		
38	Tito Ledesma	1500485998001	Tena		
39	Ángel Supe	1802852200001	Ambato		
40	Rómulo Hidalgo	1801708320001	Ambato		

N°	CLIENTE	RUC	DIRECCIÓN	TELF.	E-MAIL
41	Christobal Camposano	1309015871001	Manta	0986922493	
42	Carmen Toapanta	1714140298	Quito		
43	Norma Calderón	1710281542001	Quito		
44	Jenny Trujillo	1726316761001	Quito		
45	Blanca Castillo	1705886677001	Quito	0985549027	
46	Verónica Morocho	1500702673	Puyo	0980223151	
47	Gonzalo Lema	1001906021001	Otavalo		
48	Segundo Males	1001959000	Cayambe		
49	Carmen Pillajo	1701279785001	Quito		
50	Dexy Delgado	1313090712	Manta		
51	José López	1308291630	Manta	0982877850	
52	Antonia Yauripoma	0602152860001	Tena		johanavacacela@gmail.com
53	Johana Casa	1722418884001	Quito	0983057786	cris-joha96@hotmail.com
54	Luz Toapanta	1802087559001	Ambato		
55	José Yanchaguano	0501286439001	Latacunga		
56	Juan Buñay	0600988927001	Lago Agrio	0985031866	
57	María Herrera	1711070753	Quito		
58	Clara Velasco	0804590018	Esmeraldas		
59	Segundo Castañeda	1002765681	Cayambe		
60	María Chasipanta	1711684966	Quito		
61	Angelo Piloso	1753699964	Quito		
62	Rosa Cayambe	1802984011	Ambato		
63	José Pulig	1713160958001	Quito		
64	José Alcivar	1304716747001	Manta		
65	Douglas Moran	0941599235	Guayaquil	0981509315	
66	María Zamora	1304603473	Manta		
67	Francisco Pinde	0600064372	Riobamba	0990206495	
68	Rosa García	0910165844	Durán		
69	Cesar Muñoz	0909829681	Durán		
70	Víctor Cepeda	0602776197001	El Coca	062883449	
71	Mariana Marcalla	1705440541001	Quito		
72	José Valdez	1703130219001	El Sacha	0980682289	
73	Mariela Herrera	1711070753	Quito		
74	Jenny Palacios	0804000963	Esmeraldas		
75	José Tituaña	1002215943	Cayambe		
76	Roberto Chicaiza	1001832128001	Cayambe		
77	Ana Tierra	1002821245	Cayambe		
78	Roberto Sánchez	1307434769	Manta		
79	Fabián Castañeda	1002942157	Cayambe		
80	Winter Lirio	1711872620001	Quito		
81	Jorge Vera	0910201318	Durán		
82	Blanca Culqui	1801230242	Ambato		
83	Alejo Villacreces	1305700187	Puerto López	0990498817	
84	Arturo Barros	1204965972	Quevedo		
85	Gladys Merchán	1301233878	Chone		

N°	CLIENTE	RUC	DIRECCIÓN	TELF.	E-MAIL
86	Isabel Suarez	1714082326	Quito		
87	Olger Quirola	0501876536001	Latacunga		
88	Juan Llive	1705507133	Quito		
89	Jorge Chiriboga	0915666887	Durán		
90	Mario Silva	1204039042	Quevedo		
91	Luis Quispe	0918566993	Durán		
92	Patricia Bergara	0501308009001	Latacunga	0995025751	luigi.6a@hotmail.com
93	Flor Chavez	1302234586	Manta	0999180087	
94	Antonio Mosquera	0302157144	Azogues		
95	Saúl Valdez	1200170972001	Quevedo	0990443092	
96	María Lamingo	0501577035001	Latacunga		
97	Manuel Lema	0602197071001	Riobamba	0991676738	
98	Zoila Campaña	1708823214001	Quito		
99	Wilmer Padilla	1720084144	Quito		
100	José Albarran	1002896437	Cayambe		
101	Mario Pilamunga	1717261802001	Quito		
102	Inés Barahona	0602384943	Riobamba		
103	Sergio Yanchaguano	1719948653001	Quito		
104	David Marcatoma	0605461698001	Tena		marcatomadavid9@gmail.com
105	María Guerrero	1002448692	Cayambe		
106	Maribel Gavilanez	1500710387001	Quito		maribelgavilanez_@hotmail.com
107	Daniel Chuqui	1803549474	Manta		
108	Grace Rosero	1711599306	Quito		
109	Jacobo Naula	0603566043	Riobamba		
110	Mariana Rivera	1303747651001	Chone	052361406	maririvera26@hotmail.com
111	Juanita Grey	1303486748	Chone		
112	Ana Taype	1500688559001	Archidona		
113	Betty Sambrano	1204802100	Quevedo		
114	María Logro	1719626515001	Quito		
115	María Tigua	0909900664	Durán		
116	María Masabanda	1707895890001	Lago Agrio		
117	Flor Pilamunga	0201311370	Guaranda		
118	Raúl Alva	0503365488	Latacunga		
119	María Paguay	0602572448001	Cayambe		
120	Edgar Ochoa	1723885354001	Quito		
121	Lucila Chasipanta	1711689966001	Quito	0994833361	
122	Narcisa León	090976931	Durán		
123	Mery Rivera	1713779641001	Quito		
124	Alejandro Cain	0602023178001	Quito		
125	Blanca Cuichan	1707527717001	Quito		
126	Marcelo Carrera	1712610904001	Quito		
127	Patricia Ramírez	1721685970001	Quito		
128	Dennys Vera	1712639875001	Quito		



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



Título: Encuesta para identificar el nivel de aceptación de la implantación de una nueva línea de producción de jean Infantil.

Objetivo: Verificar la factibilidad para la implantación de una nueva línea de producción de jean infantil para la empresa D`JOMARS JEANS a través de su cartera de clientes, estimando la demanda actual de las prendas infantiles.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar.
- Marque con una x la respuesta de acuerdo a su criterio.
- No existe respuestas ni buenas ni malas pero se sugiere que conteste con la verdad.

1. ¿Actualmente adquiere usted pantalones infantiles de niño?

Si

No

2. ¿Está usted de acuerdo con la implantación de una nueva línea de pantalón Jean infantil específicamente para niños en la empresa D`JOMARS JEANS?

Si

No

3. ¿Adquiriría usted productos de la nueva línea de pantalón infantil para niño?

Si

No

4. ¿Cuál es la razón principal por la que adquiere productos en D`JOMARS JEANS?

Precio Acabado

Calidad Modelos

Otros

¿Cuáles?

5. ¿Qué tipo de pantalones infantiles de niño consume con frecuencia?

Nacionales

Importados

6. ¿Con que frecuencia compraría prendas infantiles de niño?

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente

7. Mensualmente ¿Cuántas docenas de pantalones infantil para niños estaría dispuesto a adquirir en la nueva línea de la empresa D´JOMARS JEANS?

- 1 - 4
- 5 - 9
- 9 o más.

8. ¿A qué precio estaría dispuesto a pagar por docena de pantalón jean infantil para niño?

Tallas	28-30		32-34	
Rango	\$60-\$84		\$96- \$120	
	\$84- \$108		\$120- \$144	

9. ¿Qué tipo de servicio adicional preferiría usted en la entrega del producto?

- Ventas vía telefónica Promociones y descuentos
- Servicio de encomiendas Servicio de encargo
- Otros ¿Cuáles?

10. ¿De acuerdo a su criterio, está conforme con el acabado de otras marcas en cuanto a prendas infantiles?

- Si
- No

11. ¿A través de qué medios le gustaría que D´JOMARS JEANS dé a conocer su nueva línea infantil para niño?

- Página web Anuncios
- Redes sociales Otros
- Radio ¿Cuáles?

12. Del siguiente listado y de acuerdo a su criterio ¿cuál de estos nombres para la nueva línea infantil de niño le parece más atractivo?

- “JOAO´S KIDS”
- “D´JOMARS” KIDS
- “PEPITO´S JEANS”

Anexo 4

Escenario Optimista

EMPRESA “D’JOMARS JEANS”
LÍNEA DE JEAN INFANTIL
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS (Ventas)	\$ 187.747,80	\$ 197.103,89	\$ 207.013,27	\$ 217.367,35	\$ 228.184,85
<u>(-) Costos de producción</u>	<u>\$ 125.737,37</u>	<u>\$ 129.902,26</u>	<u>\$ 134.207,92</u>	<u>\$ 138.659,12</u>	<u>\$ 143.260,76</u>
(-)Materia Prima	\$ 72.233,96	\$ 74.675,47	\$ 77.199,50	\$ 79.808,85	\$ 82.506,39
(-)Insumos	\$ 4.285,18	\$ 4.430,02	\$ 4.579,76	\$ 4.734,55	\$ 4.894,58
(-)Material Indirecto	\$ 8.729,80	\$ 9.024,86	\$ 9.329,90	\$ 9.645,25	\$ 9.971,26
(-)Personal operativo	\$ 17.796,00	\$ 18.397,50	\$ 19.019,34	\$ 19.662,19	\$ 20.326,78
(-)Personal de contacto directo	\$ 5.112,40	\$ 5.285,20	\$ 5.463,84	\$ 5.648,52	\$ 5.839,44
(-)Servicios básicos	\$ 647,43	\$ 669,31	\$ 691,94	\$ 715,32	\$ 739,50
(-)Cargos depreciación y amortización	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80
(-)Mantenimiento	\$ 180,00	\$ 186,08	\$ 192,37	\$ 198,88	\$ 205,60
(-)Lavado	\$ 14.236,80	\$ 14.718,00	\$ 15.215,47	\$ 15.729,76	\$ 16.261,42
(=)UTILIDAD BRUTA	\$ 62.010,43	\$ 67.201,63	\$ 72.805,35	\$ 78.708,23	\$ 84.924,09
(-) Costos Administrativos	\$ 5.905,40	\$ 6.105,00	\$ 6.311,35	\$ 6.524,68	\$ 6.745,21
(-)Personal administrativo	\$ 4.875,08	\$ 5.039,86	\$ 5.210,20	\$ 5.386,31	\$ 5.568,37
(-)Servicios básicos	\$ 910,95	\$ 941,74	\$ 973,57	\$ 1.006,48	\$ 1.040,50
(-)Suministros de oficina	\$ 81,97	\$ 84,74	\$ 87,60	\$ 90,57	\$ 93,63
(-)Suministros de limpieza	\$ 37,40	\$ 38,66	\$ 39,97	\$ 41,32	\$ 42,72
(-) Costos de venta	\$ 2.585,00	\$ 2.672,37	\$ 2.762,70	\$ 2.856,08	\$ 2.952,61

(-)Publicidad y promoción	\$ 25,00	\$ 25,85	\$ 26,72	\$ 27,62	\$ 28,56
(-)Gastos transporte	\$ 2.560,00	\$ 2.646,53	\$ 2.735,98	\$ 2.828,46	\$ 2.924,06
<u>(-) Costos financieros</u>	<u>\$ 2.004,53</u>	<u>\$ 1.215,86</u>	<u>\$ 427,19</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
<u>(-) Pago Intereses</u>	<u>\$ 2.004,53</u>	<u>\$ 1.215,86</u>	<u>\$ 427,19</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
Utilidad antes de impuestos	\$ 51.515,50	\$ 57.208,40	\$ 63.304,10	\$ 69.327,48	\$ 75.226,27
<u>(-) Impuesto a la renta</u>	<u>\$ 6.657,90</u>	<u>\$ 5.519,32</u>	<u>\$ 4.300,18</u>	<u>\$ 12.448,63</u>	<u>\$ 10.973,93</u>
Utilidad después de impuesto	\$ 44.857,60	\$ 51.689,08	\$ 59.003,93	\$ 56.878,84	\$ 64.252,34
<u>(-) Utilidad de trabajadores 15%</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
Utilidad Neta	\$ 44.857,60	\$ 51.689,08	\$ 59.003,93	\$ 56.878,84	\$ 64.252,34

Fuente: Análisis de sensibilidad.

Elaborado por: Jessica Chango.

Flujo de caja

EMPRESA “D’JOMARS JEANS”

LÍNEA DE JEAN INFANTIL

FLUJO DE EFECTIVO

	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS (Ventas)		\$ 187.747,80	\$ 197.103,89	\$ 207.013,27	\$ 217.367,35	\$ 228.184,85
<u>(-) Costos de producción</u>	-	\$ 125.737,37	\$ 129.902,26	\$ 134.207,92	\$ 138.659,12	\$ 143.260,76
(=)UTILIDAD BRUTA		\$ 62.010,43	\$ 67.201,63	\$ 72.805,35	\$ 78.708,23	\$ 84.924,09
(-) Costos Administrativos		\$ 5.905,40	\$ 6.105,00	\$ 6.311,35	\$ 6.524,68	\$ 6.745,21
(-) Costos de venta		\$ 2.585,00	\$ 2.672,37	\$ 2.762,70	\$ 2.856,08	\$ 2.952,61
<u>(-) Costos financieros</u>	-	\$ 2.004,53	\$ 1.215,86	\$ 427,19	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos		\$ 51.515,50	\$ 57.208,40	\$ 63.304,10	\$ 69.327,48	\$ 75.226,27
<u>(-) Impuesto a la renta</u>	-	\$ 6.657,90	\$ 5.519,32	\$ 4.300,18	\$ 12.448,63	\$ 10.973,93
Utilidad después de impuesto		\$ 44.857,60	\$ 51.689,08	\$ 59.003,93	\$ 56.878,84	\$ 64.252,34
<u>(-) Utilidad de trabajadores 15%</u>	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta		\$ 44.857,60	\$ 51.689,08	\$ 59.003,93	\$ 56.878,84	\$ 64.252,34
(+) Cargo depre. Y amortización		\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80
Inversión	\$ 24.595,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<u>(-) Pago a principales</u>	\$ 20.000,00	\$ 6.666,67	\$ 6.666,67	\$ 6.666,67	\$ -	\$ -
Flujo neto de efectivo	\$ 4.595,35	\$ 40.706,73	\$ 47.538,21	\$ 54.853,06	\$ 59.394,64	\$ 66.768,14

Fuente: Análisis de sensibilidad.

Elaborado por: Jessica Chango.

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24.595,35 + \frac{40.706,73}{(1+0,1161)} + \frac{47.538,21}{(1+0,1161)^2} + \frac{54.853,06}{(1+0,1161)^3} \\ + \frac{59.394,64}{(1+0,1161)^4} + \frac{66.768,14}{(1+0,1161)^5}$$

VAN 1= \$ 166.322,81

VAN 2= \$ 164.779,75

VAN >= 0 Factible

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

$$RB/C = \frac{\sum \text{INGRESOS BRUTOS}}{\sum \text{COSTOS TOTALES DEL PROYECTO}}$$

RC/B= 1,4

RC/B ≥ 1 factible

RC/B ≤ 1 no es factible

TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = TMAR_1 + (TMAR_2 - TMAR_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

TIR= 44%

TIR ≥ TMAR Rendimiento

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{AÑOS}}$$

PRI= 0,46

AÑOS = 0

MESES= 5

DÍAS = 16

Escenario Pesimista

EMPRESA “D’JOMARS JEANS”
LÍNEA DE JEAN INFANTIL
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS (Ventas)	\$ 125.165,20	\$ 131.402,60	\$ 138.008,85	\$ 144.911,56	\$ 152.123,24
<u>(-) Costos de producción</u>	<u>\$ 125.737,37</u>	<u>\$ 129.902,26</u>	<u>\$ 134.207,92</u>	<u>\$ 138.659,12</u>	<u>\$ 143.260,76</u>
(-)Materia Prima	\$ 72.233,96	\$ 74.675,47	\$ 77.199,50	\$ 79.808,85	\$ 82.506,39
(-)Insumos	\$ 4.285,18	\$ 4.430,02	\$ 4.579,76	\$ 4.734,55	\$ 4.894,58
(-)Material Indirecto	\$ 8.729,80	\$ 9.024,86	\$ 9.329,90	\$ 9.645,25	\$ 9.971,26
(-)Personal operativo	\$ 17.796,00	\$ 18.397,50	\$ 19.019,34	\$ 19.662,19	\$ 20.326,78
(-)Personal de contacto directo	\$ 5.112,40	\$ 5.285,20	\$ 5.463,84	\$ 5.648,52	\$ 5.839,44
(-)Servicios básicos	\$ 647,43	\$ 669,31	\$ 691,94	\$ 715,32	\$ 739,50
(-)Cargos depreciación y amortización	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80
(-)Mantenimiento	\$ 180,00	\$ 186,08	\$ 192,37	\$ 198,88	\$ 205,60
(-)Lavado	\$ 14.236,80	\$ 14.718,00	\$ 15.215,47	\$ 15.729,76	\$ 16.261,42
(=)PÉRDIDA BRUTA	\$ -572,17	\$ 1.500,34	\$ 3.800,93	\$ 6.252,45	\$ 8.862,48
(-) Costos Administrativos	\$ 5.905,40	\$ 6.105,00	\$ 6.311,35	\$ 6.524,68	\$ 6.745,21
(-)Personal administrativo	\$ 4.875,08	\$ 5.039,86	\$ 5.210,20	\$ 5.386,31	\$ 5.568,37
(-)Servicios básicos	\$ 910,95	\$ 941,74	\$ 973,57	\$ 1.006,48	\$ 1.040,50
(-)Suministros de oficina	\$ 81,97	\$ 84,74	\$ 87,60	\$ 90,57	\$ 93,63
(-)Suministros de limpieza	\$ 37,40	\$ 38,66	\$ 39,97	\$ 41,32	\$ 42,72
(-) Costos de venta	\$ 2.585,00	\$ 2.672,37	\$ 2.762,70	\$ 2.856,08	\$ 2.952,61
(-)Publicidad y promoción	\$ 25,00	\$ 25,85	\$ 26,72	\$ 27,62	\$ 28,56
(-)Gastos transporte	\$ 2.560,00	\$ 2.646,53	\$ 2.735,98	\$ 2.828,46	\$ 2.924,06
<u>(-) Costos financieros</u>	<u>\$ 2.004,53</u>	<u>\$ 1.215,86</u>	<u>\$ 427,19</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
(-) Pago Intereses	\$ 2.004,53	\$ 1.215,86	\$ 427,19	\$ -	\$ -
Pérdida del ejercicio	\$ -11.067,10	\$ -8.492,90	\$ -5.700,32	\$ -3.128,31	\$ -835,35

Fuente: Análisis de sensibilidad.

Elaborado por: Jessica Chango.

EMPRESA “D’JOMARS JEANS”

LÍNEA DE JEAN INFANTIL

FLUJO DE EFECTIVO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS (Ventas)		\$ 125.165,20	\$ 131.402,60	\$ 138.008,85	\$ 144.911,56	\$ 152.123,24
<u>(-) Costos de producción</u>		<u>\$ 125.737,37</u>	<u>\$ 129.902,26</u>	<u>\$ 134.207,92</u>	<u>\$ 138.659,12</u>	<u>\$ 143.260,76</u>
(=)PÉRDIDA BRUTA		\$ -572,17	\$ 1.500,34	\$ 3.800,93	\$ 6.252,45	\$ 8.862,48
(-) Costos Administrativos		\$ 5.905,40	\$ 6.105,00	\$ 6.311,35	\$ 6.524,68	\$ 6.745,21
(-) Costos de venta		\$ 2.585,00	\$ 2.672,37	\$ 2.762,70	\$ 2.856,08	\$ 2.952,61
<u>(-) Costos financieros</u>		<u>\$ 2.004,53</u>	<u>\$ 1.215,86</u>	<u>\$ 427,19</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
Pérdida del ejercicio		\$ -11.067,10	\$ -8.492,90	\$ -5.700,32	\$ -3.128,31	\$ -835,35
(+) Cargo depre. Y amortización		\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80	\$ 2.515,80
Inversión	24.595,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<u>(-) Pago a principales</u>	<u>20.000,00</u>	<u>\$ 6.666,67</u>	<u>\$ 6.666,67</u>	<u>\$ 6.666,67</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
Flujo neto de efectivo	4.595,35	\$ -15.217,97	\$ -12.643,77	\$ -9.851,19	\$ -612,51	\$ 1.680,45

Fuente: Análisis de sensibilidad.

Elaborado por: Jessica Chango

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24.595,35 + \frac{-15.217,97}{(1+0,1161)} + \frac{-12.643,77}{(1+0,1161)^2} + \frac{-9.851,19}{(1+0,1161)^3} \\ + \frac{-612,51}{(1+0,1161)^4} + \frac{1.680,45}{(1+0,1161)^5}$$

$$VAN 1= \$ -54.890,46$$

$$VAN 2= \$ -54.751,29$$

VAN >= 0 Factible

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

$$RB/C = \frac{\sum \text{INGRESOS BRUTOS}}{\sum \text{COSTOS TOTALES DEL PROYECTO}}$$

$$RC/B= 0,92$$

RC/B ≥ 1 factible

RC/B ≤ 1 no es factible

TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = TMAR_1 + (TMAR_2 - TMAR_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$$TIR= 12\%$$

TIR ≥ TMAR Rendimiento

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{AÑOS}}$$

$$PRI = 3,36$$

$$AÑOS = 3$$

$$MESES = 4$$

$$DÍAS = 10$$