

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Titulación en la Modalidad de Emprendimiento
previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y
Gestión de Negocios**

TEMA:

**“CREACIÓN DE LA NUEVA LÍNEA DE CAMISAS
PARA HOMBRE EN TELA JEAN ECOLÓGICA DE
LA EMPRESA AMERICAN JEANS, DE LA CIUDAD
DE AMBATO”.**

AUTOR: Ricardo Sebastián Flores López

TUTOR: Ing. MBA. Wilson Fernando Jiménez Castro

AMBATO – ECUADOR

Enero 2017



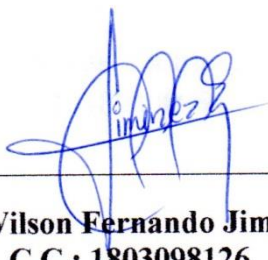
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Wilson Fernando Jiménez Castro

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**CREACIÓN DE LA NUEVA LÍNEA DE CAMISAS PARA HOMBRE EN TELA JEAN ECOLÓGICA DE LA EMPRESA AMERICAN JEANS, DE LA CIUDAD DE AMBATO**”, presentado por Ricardo Sebastián Flores López para optar por el Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios. 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, 07 de marzo de 2016



Ing. MBA. Wilson Fernando Jiménez Castro
C.C.: 1803098126
Docente - Tutor

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Ricardo Sebastián Flores López, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Ricardo Sebastián Flores López
C.I.:1804009643

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
C.C.: 0501797351

f) 

Ing. MBA. Edwin Alberto Lara Flores
C.C.:020072155-3

Ambato, 05 de Octubre de 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte del 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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ricardo Flores', is written over a horizontal line.

Ricardo Sebastián Flores López
C.I.:1804009643

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme cumplir mis metas, como lo fue terminar mi carrera universitaria.

A mis padres, hermano y sobrinos por ser una base fundamental en mi vida y por brindarme todo su apoyo en todo sentido.

Así como también agradezco a la empresa Confecciones Sánchez por permitirme realizar este trabajo de investigación dentro de la misma, por su atención y colaboración a la Sra. Pilar López.

Un agradecimiento muy especial a toda la Facultad de Ciencias Administrativas en especial a todo el personal docente por formar profesionales con estándares de calidad.

Sebastián Flores

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico de manera muy especial a mi padre Jorge Romeo Flores Silva (+), por ser la persona que formó mis valores e identidad, porque sin ello no estuviera aquí escribiendo estas palabras.

A mi madre Magdalena López por ser mi sostén en mi vida por darme siempre lo mejor para seguir adelante.

A mis hermanos Mauricio y Gabriela por todo su apoyo en mis estudios y ser fuente de inspiración.

A mis sobrinos Paulo, José y Martina.



Sebastián Flores

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 DE GRÁFICOS	XI
INDICE DE TABLAS	XII
INDICE DE ANEXOS.....	XIV
RESUMEN EJECUTIVO	XV
ABSTRACT.....	XVI
CAPITULO 1	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1. Definición del Problema de la Investigación	1
CAPÍTULO 2.....	10
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	10
2.1 Nombre del emprendimiento.	10
2.2 Localización geográfica.	10
2.3 Justificación.	10
2.4 Objetivos.	11
2.4.1 Objetivo General:	11
2.4.2 Objetivos Específicos:.....	12
2.5 Beneficiarios.	12
2.6 Resultados alcanzados.....	14
CAPÍTULO 3.....	15
ESTUDIO DE MERCADO	15
3.1 Descripción de producto, características y usos.....	15
3.2 Segmentación de mercados.....	15
3.2.1 Mercado Meta	16
3.2.2 Proyección del mercado meta al año 2016.....	16
3.3 Investigación de Mercado	17

3.3.1 Fuentes de información para el proyecto	17
3.3.2 Cuestionario	17
3.3.3 Calculo de la Muestra.....	17
3.3 Estudio de la demanda	19
3.4.1 Demanda.....	19
3.4.2 Calculo de la demanda (Personas).....	19
3.4.3 Cálculo de la Proyección de la Demanda en personas al año 2021	19
3.4.4 Gráfico de la Proyección de la Demanda en personas al año 2021.....	20
3.4.5 Cálculo de la demanda en productos.....	21
3.4.6 Cálculo de la Proyección de la Demanda en productos al año 2021.....	22
3.4.7 Gráfico de la Proyección de la Demanda en productos al año 2021	23
3.5 Estudio de la oferta	23
3.5.1 Oferta.....	23
3.5.2 Calculo de la oferta del proyecto.....	23
3.5.3 Cálculo de la Proyección de la Oferta en personas al año 2021.....	24
3.5.4 Gráfico de la Proyección de la Oferta en personas al año 2021.....	24
3.5.5 Cálculo de la Oferta en productos	25
3.5.6 Cálculo de la Proyección de la Oferta en productos al año 2021.....	26
3.5.7 Gráfico de la Proyección de la Oferta en productos al año 2021	27
3.6 Mercado potencial para el proyecto	27
3.6.1 Gráfico de la Demanda Potencial Insatisfecha.....	28
3.7 Precios.....	28
3.7.1 Cálculo de Precios.....	28
3.7.2 Proyección de precios al año 2021	29
o Proyección precio de venta al consumidor final	29
3.7.3 Gráficos de precios proyectados al año 2021	30
3.8 Comercialización	31
3.9 Canales de Distribución	32
3.10Estrategias de comercialización.....	33
CAPÍTULO 4	37
ESTUDIO TECNICO	37
4.1 Tamaño del Emprendimiento.....	37
4.1.1 Factores incidentes en el tamaño del proyecto.....	37

4.1.2	Tamaño Óptimo.....	39
4.2	Localización.....	40
4.2.1	Macro Localización.....	40
4.2.2	Micro localización.....	41
4.3.	Ingeniería del Proyecto.....	42
4.3.1.	Estado Inicial.....	43
4.2.3	Proceso técnico.....	48
4.2.4	Balance de materiales.....	49
4.2.5	Periodo operacional estimado de la planta.....	50
4.2.6	Capacidad de Producción.....	50
4.3.6.	Distribución de la planta de producción.....	52
	CAPÍTULO 5.....	53
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	53
5.1	Aspectos generales.....	53
5.2	Diseño Organizacional.....	54
5.2.1	Estructura Organizativa.....	54
5.2.2	Estructura Funcional.....	55
5.2.3	Reseña histórica.....	56
	CAPITULO 6.....	59
	ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO.....	59
6.1.	Inversiones en activos fijos tangibles.....	59
6.1	Inversiones en activos diferidos e intangibles.....	60
6.2	Inversiones en capital de trabajo.....	61
6.3	Activo Corriente.....	61
6.4	Financiamiento.....	64
6.5	Plan de Inversión Proyecto.....	65
6.6	Presupuesto de costo y Gastos.....	67
6.6.1	Presupuesto de costos.....	67
6.6.2.	Resumen de costos.....	72
6.7.	Presupuesto de Gastos.....	72
6.7.1.	Gastos administrativos.....	72
6.7.2.	Gastos de Venta.....	73
6.7.3.	Gastos Financieros.....	73

6.7.4	Resumen Gastos	74
6.8.	Situación Financiera Actual	74
6.8.1.	Situación Financiera Proyectada	75
6.8.2.	Presupuesto de Ingresos	76
6.8.3.	Estado de resultados proyectado	77
6.8.4.	Flujo de Caja.....	79
6.8.5.	Punto de Equilibrio.....	80
6.8.6.	Punto de equilibrio en camisas jean ecológicas para hombre	80
6.8.6.	Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto	81
6.8.7.	Valor Actual Neto (VAN)	81
6.9.	Indicadores Financieros	83
CAPITULO 7		93
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		93
7.1.	Conclusiones	93
7.2.	Recomendaciones.....	94
Bibliografía		95

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad Habitantes Tungurahua.....	13
Gráfico 2: Rango de Edades Tungurahua	13
Gráfico 3; Proyección Demanda Personas.....	20
Gráfico 4; Gráfico de la Proyección de la Demanda en productos.....	23
Gráfico 5; Proyección de la Oferta en personas.....	24
Gráfico 6; Proyección de la Oferta en productos	27
Gráfico 7; Gráfico de la Demanda Potencial Insatisfecha	28
Gráfico 8; Precio venta al consumidor final P.VP.	30
Gráfico 9; Precio Detallistas	31
Gráfico 10; (Canal de Distribución, Nivel Dos)	33
Gráfico 11; Macro localización.....	41
Gráfico 12; Micro localización	42
Gráfico 13; Micro localización	42
Gráfico 14: Punto de Equilibrio.....	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Segmentación de Mercados	16
Tabla 2 : Calculo de la proyección del mercado meta del año 2016	17
Tabla 3 ; Cálculo de la Demanda en Personas	19
Tabla 4 : Proyección de la Demanda Personas	20
Tabla 5 ; Sumatoria Promedio Frecuencia	21
Tabla 6 ; Calculo de índice per cápita para la demanda de productos	22
Tabla 7 ; Calculo Demanda en productos	22
Tabla 8 ; Proyección de la Demanda Productos	22
Tabla 9 ;Cálculo de la oferta del proyecto	23
Tabla 10 ; Cálculo de la Proyección de la Oferta Personas	24
Tabla 11 ; Sumatoria Promedio Frecuencia	25
Tabla 12 ; Calculo de índice per cápita para la oferta de productos	25
Tabla 13 ; Cálculo de la Oferta en productos.....	26
Tabla 14 ; Cálculo de la Proyección de la Oferta en productos	26
Tabla 15 ; Mercado potencial para el proyecto	27
Tabla 16 ; Calculo del precio de venta al consumidor final.....	28
Tabla 17 ;Calculo precio venta al cliente de la empresa (Detallistas)	29
Tabla 18 ; Proyección precio de venta al consumidor final.....	29
Tabla 19 ; Proyección precio de venta para Detallistas	30
Tabla 20 ; Demanda Potencial Insatisfecha Proyección	37
Tabla 21 ; Demanda Potencial Insatisfecha Año 1	37
Tabla 22 ; Descripción de Maquinas.....	38
Tabla 23 ; Calculo del Tamaño Optimo.....	40
Tabla 24 ; Macro localización.....	40
Tabla 25 ; Micro localización	41
Tabla 26 : Materias Primas	43
Tabla 27 : Insumos Directos	44
Tabla 28 : Insumos Indirectos.....	44
Tabla 29 : Herramientas.....	45
Tabla 30 : Requerimiento de Maquinaria	45
Tabla 31 : Mano de Obra Directa.....	47

Tabla 32 : Mano de Obra Indirecta	47
Tabla 33 : Maquinaria.....	59
Tabla 34 : Equipo.....	60
Tabla 35 : Muebles y Enseres	60
Tabla 36 : Marcas y patentes.....	60
Tabla 37 : Capital de Trabajo.....	61
Tabla 38 : Resumen activo corriente.....	64
Tabla 39 : Fuentes de Financiamiento	64
Tabla 40 : Inversión Inicial	66
Tabla 41 : Estructura de Financiamiento	66
Tabla 42 : Materias Primas.....	67
Tabla 43 : Materiales Indirectos.....	68
Tabla 44 : Insumos	68
Tabla 45 : Mano de obra directa	69
Tabla 46 : Mano de obra directa II.....	69
Tabla 47 : Proyección Calculo Mano de Obra Directa	69
Tabla 48 : Mano de obra indirecta	70
Tabla 49 : Costo Depreciación.....	70
Tabla 50 : Costo Mantenimiento.....	71
Tabla 51 : Costos de Amortización.....	72
Tabla 52 : Resumen Costos de Producción Totales Año 1	72
Tabla 53 : Gastos administrativos	72
Tabla 54 : Gastos de Venta	73
Tabla 55 : Préstamo Proyecto de Inversión	73
Tabla 56 : Tabla de amortización anual	73
Tabla 57 : Resumen de Gastos	74
Tabla 58 : Presupuesto de Ingresos.....	76
Tabla 59 : Punto de Equilibrio	80
Tabla 60 : Punto de Equilibrio, Costos	80
Tabla 61 : Calculo del Tmar 1	81
Tabla 62 : Calculo del Tmar 2	81
Tabla 63 : Gastos Proyectados Totales	88
Tabla 64 : Costos Proyectados Totales	89

Tabla 65 : Ingresos Proyectados Totales.....	89
Tabla 66 : Calculo Tasa Costo Beneficio.....	89
Tabla 67 : Escenarios del Proyecto, Análisis de Sensibilidad.	92
Tabla 68 : Escenarios del Proyecto	92

INDICE DE ANEXOS

Anexo I: Encuesta.....	103
Anexo II : Análisis e Interpretación de Resultados.....	105

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa American Jeans se encuentra establecida en la ciudad de Ambato, su mismo nombre fue tomado como marca que actualmente es reconocida en el ámbito local y nacional gracias a su trayectoria en la fabricación de prendas de vestir en tela jean, siendo su principal producto el pantalón jean.

La razón de ser de este emprendimiento es incrementar los ingresos de la Empresa además de dar a conocer de una mejor manera la marca American Jeans en el ámbito local y nacional con una nueva línea de camisas jean en tela jean ecológica para hombre, la cual por ser un producto nuevo buscara despuntar en el mercado.

Una vez concluido el trabajo de investigación podemos decir que hemos ocupado como herramienta de obtención de información a la encuesta la cual refleja importantes datos sobre los potenciales clientes así como la demanda que obtendrá la empresa con nuestro producto, datos reflejados en el estudio financiero.

Hemos investigado estableciendo, análisis de demanda, recursos, tecnológicos, humanos y económicos necesarios para la ejecución del proyecto, determinando la factibilidad y viabilidad del mismo a partir del próximo año, en la empresa American Jeans y así repuntar su participación en el mercado ecuatoriano.

PALABRAS CLAVE: CAMISAS, ECOLÓGICAS, EMPRENDIMIENTO, ENCUESTA, MERCADO, DEMANDA.

ABSTRACT

The company American Jeans is established in the city of Ambato, its name was taken as a brand that is currently recognized in the local and national scope thanks to its trajectory in the manufacture of garments in fabric jean, being its main product the Jean trousers

The reason for this venture is to increase the Company's revenues and to better publicize the American Jeans brand in the local and national levels with a new line of jean shirts in ecological jean cloth for men, which for Being a new product will seek to excel in the market.

Once the research work is completed we can say that we have occupied as a tool to obtain information to the survey which reflects important data about potential customers as well as the demand that the company will obtain with our product, data reflected in the financial study.

We have investigated establishing, demand analysis, technological, human and economic resources necessary for the execution of the project, determining the feasibility and roadworthiness of the same starting next year, in the company American Jeans and thus recover their participation in the Ecuadorian market.

KEYWORDS: SHIRTS, ECOLOGICAL, ENTREPRENEURSHIP, SURVEY, MARKET, DEMAND.

CAPITULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1. Definición del Problema de la Investigación

La actualidad ambiental nos conlleva a mejorar nuestra calidad de vida utilizando todos los recursos tecnológicos y un sinnúmero de procesos que sean eficientes y armónicos con el entorno lo que desemboca finalmente en la idea de reciclar. El creciente desarrollo industrial y tecnológico nos ha llevado innumerables beneficios sociales, pero también varias repercusiones negativas. Por esto es necesario el uso de alternativas limpias que contribuyan a contrarrestar los efectos nocivos a la sociedad, es por ello que ante el auge de la industria de bebidas en los últimos años se han desarrollado diferentes tecnologías que recuperan y utilizan los envases no retornables y retornables haciendo de este sector menos perjudicial para el medio ambiente, (Mansilla Pérez & Ruiz Ruiz, 2009).

Al año presente en nuestro mercado, donde la competitividad es agresiva y la producción se ha mantenido aun con un escenario económico adverso las empresas tratan de ser competitivas para no quedar atrás, pues las condiciones que nos brinda el mercado no son del todo favorables, y las empresas buscan sin dudas estrategias que les permitan mantenerse en el mercado mientras otras van saliendo de a poco, muchas de ellas por no innovar, (Cohen, 2010).

En el objetivo 7 del Plan Nacional del Buen Vivir se menciona que hay que saber reconocer, prevenir y disminuir la contaminación ambiental, para de esta manera tener una mejor calidad de vida ya que así garantizaremos los derechos de los seres humanos a tener un ambiente saludable, (Consejo Nacional de Planificación, 2013 - 2017).

La manufactura en el país cuenta con aproximadamente 11.006 establecimientos de los cuales un 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, exceptuando las prendas de piel, mientras un 8,2% corresponde a la fabricación de calzado y un

9,5% restante a otras actividades de manufactura. En cuanto a las actividades de servicios se registran un total de 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedica a la reparación de calzado y artículos en cuero, un 44% restante se dedica al lavado y limpieza de productos textiles, (Inec, 2012).

La confección de textiles en nuestro país es una actividad de las más antiguas en el plano artesanal, pues esta aparece en el momento cuando se dedicaban al procesamiento de la lana, y más luego a inicios del siglo xx aparece una fibra nueva, ahora conocida comúnmente como algodón. Al momento el sector textil ocupa diversos tipos de fibras como pueden ser el algodón, el nylon, seda, entre otras.

Nuestro país se ha logrado posicionar en el mercado competitivo mediante el cual ha podido generar empleo a más de 46.240 personas artesanas en el país .Se puede decir que existe una considerable fuente de ingresos de la producción textil en el mercado local y desde los años 90 tuvo un gran aumento gracias a un impulso en las exportaciones y ahora también se debe por la moneda extranjera que manejamos en el país.

Hoy en día en varias provincias del país son donde se dedican a la producción textil , siendo las de mayor producción : Pichincha , Guayas , Azuay , Tungurahua , Imbabura , y las de menor producción pero no menos importantes por nombrar son : Chimborazo , Cotopaxi, El Oro y Manabí .

En los talleres textiles de las diferentes provincias podemos decir que Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera con un 45,99%, Chimborazo un 15,02%, Azuay concentra un 11,65%, Carchi tiene un 10,83%, en Bolívar el porcentaje varía entre un 1,36% al 0,14%.

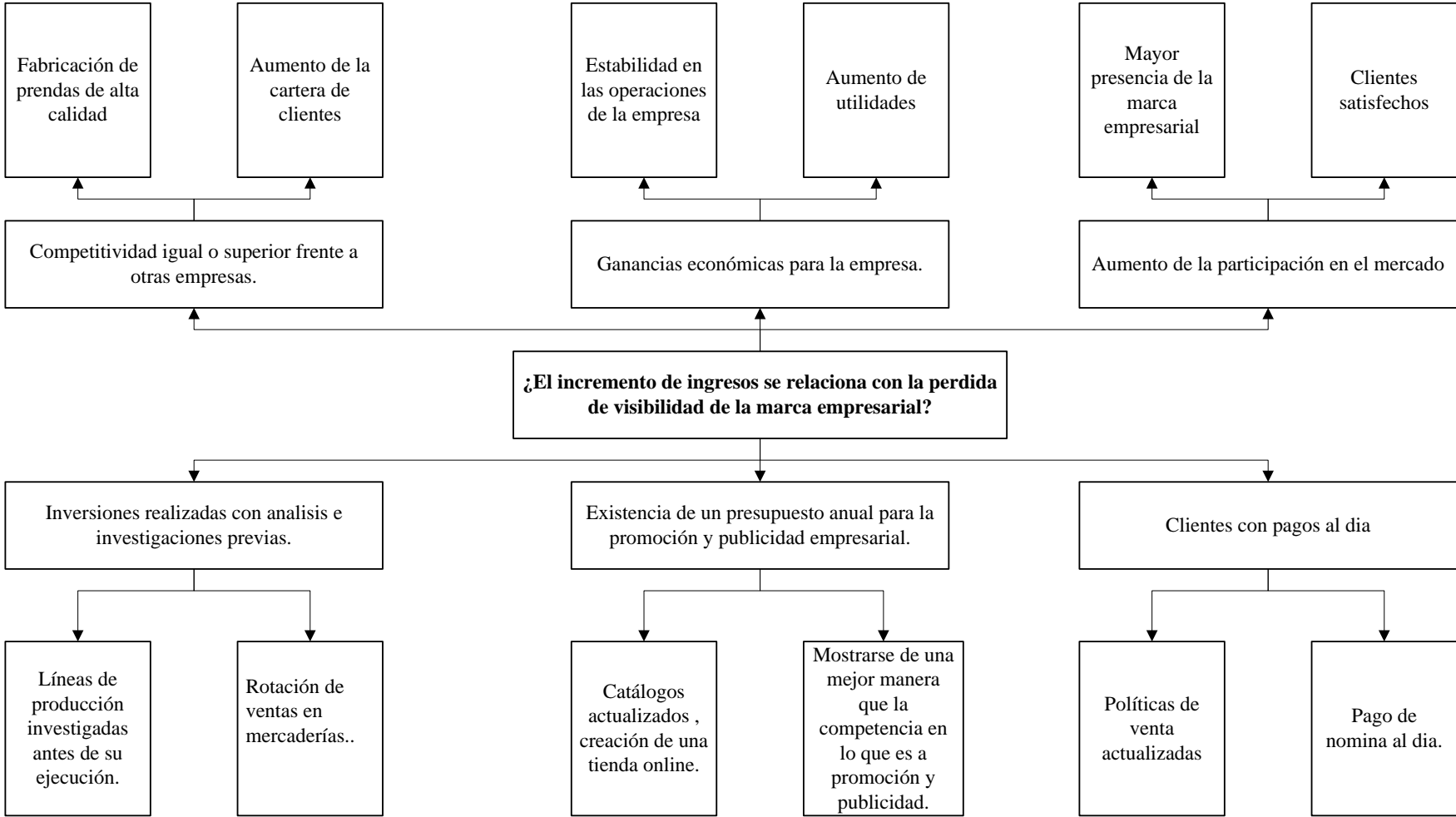
En la Agenda para la transformación productiva como una estrategia territorial productiva se realiza en base a diseños de planes de mejora competitiva, es por esto que para que las empresas tengan solvencia económica tienen que saber producir y conservar el valor agregado en la provincia, utilizando los recursos de una manera eficiente debido a que son los activos para aumentar el carácter específico de los

productos y servicios locales, (Consejo Sectorial de la Producción, 2010 - 2013).

Los sectores que prioriza el estado son : la industria forestal (celulosa, aglomerados, muebles y construcción); la industria del cacao; la industria del café; la industria de los biocombustibles; las carrocerías y autopartes; las artesanías y fibras (natural y sintética); textil y confecciones, cuero y calzado; alimentos procesados; software y reciclaje. Entre los sectores de baja concentración se encuentran la producción de flores, banano, textiles, y el comercio mayorista, construcción entre otros.

Planteamiento del Problema

1.1.Árbol de Problemas



1.1.1. Análisis del Árbol de Problemas

Actualmente la empresa no ha logrado despuntar en su mercado objetivo por razones obvias al no lograr satisfacer necesidades actuales de los clientes , por ello a lo largo de su tiempo de vida la empresa decidió fabricar una serie de líneas de producción en tela jean de forma empírica para acompañar a su producto estrella que es el pantalón , lo que ha generado una acumulación de stock en mercaderías además de una disminución de ingresos en la empresa que finalmente acarrea una pérdida de visibilidad de nuestra marca en el mercado que la empresa se encuentra.

La insatisfacción de los clientes se ha puesto a la vista en la empresa como lo menciono anteriormente en la acumulación de un stock que no genero ventas que despuntan como su producto estrella, todo esto producto de la falta de investigaciones previas que garanticen el éxito en emprendimientos empresariales.

Con todo esto es necesario a la generación de estrategias empresariales que nos ayuden en la comercialización y promoción de nuestro nuevo producto en el mercado que permitirá la permanencia y conocimiento a nuevos clientes de la marca que maneja la empresa.

1.2.Matriz de Involucrados

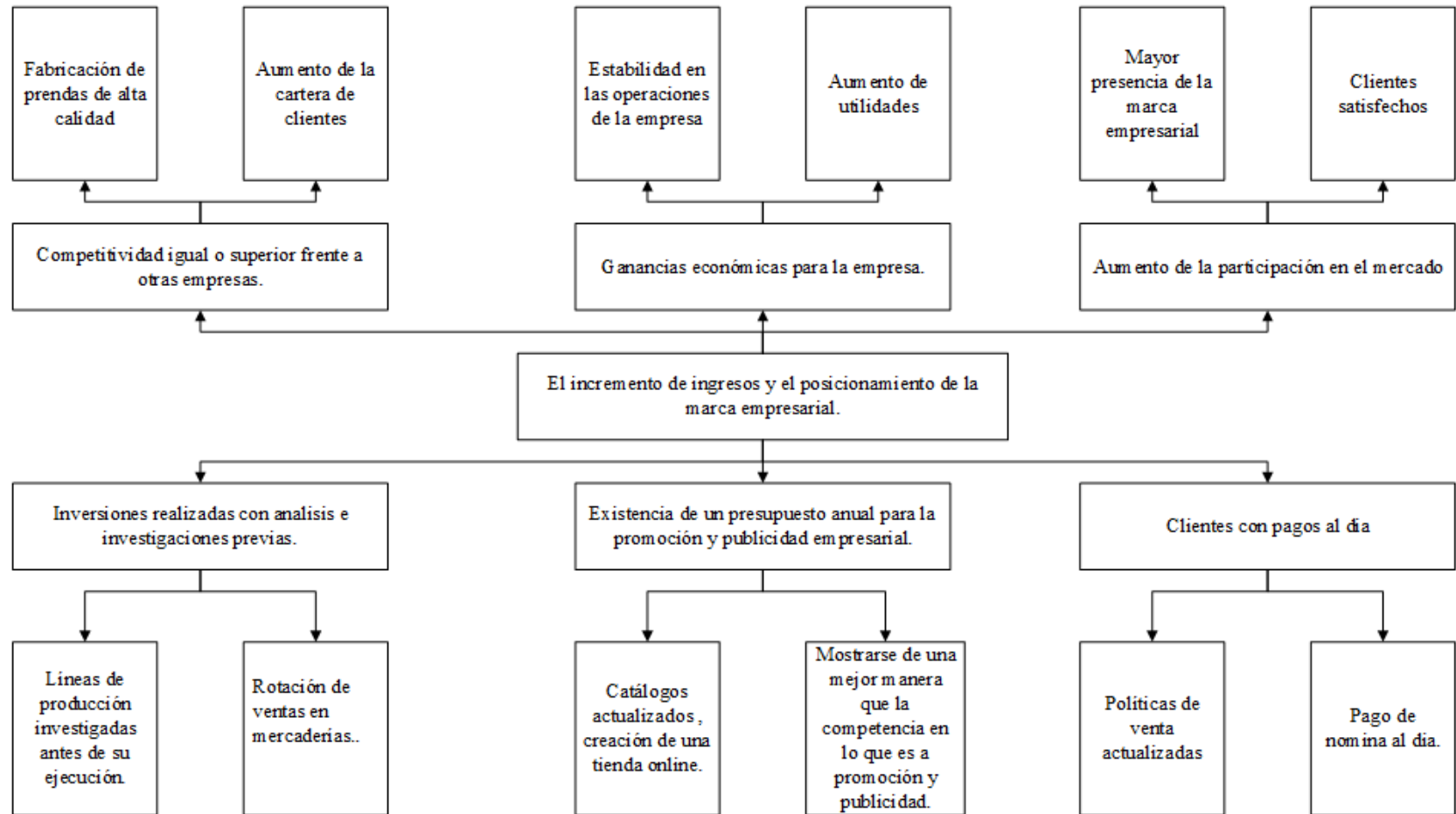
Matriz de Involucrados

GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	ACTITUDES	RECURSOS - LIMITACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Incrementar ingresos , darse a conocer en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Productos sin rotación de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Trabajo en equipo ○ Cooperación ○ Investigación 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Creación de una línea de producción que garantice ingresos.
<ul style="list-style-type: none"> • Clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Adquirir prendas de vestir como camisas de calidad de exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Preferencia por productos importados. ○ Desconocimiento de la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Confianza ○ Credibilidad ○ Seguridad ○ Satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ley del consumidor.
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ganar espacio en el mercado. ○ Aumentar sus ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Venden productos importados. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Competitividad 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ley del consumidor
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aumentar sus 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Incremento del precio 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Canales de

	ingresos.	de la materia prima.	○ Obligación	distribución.
<ul style="list-style-type: none"> • Entidades Estatales INEN MIPRO SRI 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Impulsar el desarrollo de la matriz productiva ○ Promover el consumo de la producción nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Periodos de tiempo extensos para obtener permisos. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Protección ○ Obligación ○ Cooperación 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Código orgánico de la producción.

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Inec , Sri, Mipro.

1.3.Árbol de Objetivos



1.3.1. Análisis del Árbol de Objetivos

La empresa American Jeans ha implementado un emprendimiento empresarial que dados sus resultados de ejecutarse permitirá que la empresa pueda dar a conocer de una mayor manera a la que venía haciéndolo su marca empresarial que lleva cada una de sus prendas de vestir, esta vez con un producto innovador.

Además de estar acorde a las exigencias del mercado ya sea con nuestros clientes o frente a la competencia de la mejor manera, obteniendo así una mayor participación en el mercado y el incremento de las utilidades de la empresa.

Con la ejecución del presente proyecto se garantizara el incremento de ingresos monetarios para la empresa, así como una serie de ventajas que encaminara a la empresa en un puesto privilegiado en la provincia de Tungurahua, lugar donde la empresa comenzara de alguna manera a mostrarse al mercado como antes no lo había hecho.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.

2.1 Nombre del emprendimiento.

“Creación de la nueva línea de camisas para hombre en tela jean ecológica de la empresa American Jeans, de la ciudad de Ambato”.

2.2 Localización geográfica.

La Empresa American Jeans se encuentra ubicada en la Ciudad de Ambato en las calles Batalla de Tarqui y Morales sector American Park.

2.3 Justificación.

En los tiempos actuales las empresas se ven enmarcadas en un panorama que les exige mayores condiciones para permanecer en el mercado, un mercado completamente competitivo, donde cada empresa busca sobresalir en el mismo.

Por medio de este Proyecto de Emprendimiento la Empresa American Jeans, se busca dar solución a ciertas interrogantes que se mantiene actualmente de manera interna dentro de la misma, para aquello se pretende aportar con alternativas, estrategias, que ayuden a dar respuesta a las principales cuestionamientos de la actual directiva empresarial y con ello contribuir para el crecimiento de la empresa y a la satisfacción de clientes.

La implementación la nueva línea de camisas jeans se convierte en un factor determinante para rentabilidad de la empresa, actualmente en el mercado competitivo las empresas no pueden darse el lujo de dejar pasar circunstancias que limiten su crecimiento, más aun cuando estas se encuentran al alcance de ser solucionadas con el único fin de aportar al crecimiento Empresa “American Jeans”.

Esta nueva línea buscan dar una respuesta efectiva a las principales exigencias que tienen los clientes potenciales de la empresa y el mercado en general, es por ello que el proceso de la implementación de la misma deberán tener un lineamiento adecuado y sustentando donde a su vez se esté validado con información veraz que garantizaran la efectividad del mismo.

Las botellas de tereftalato de polietileno son consideradas materias primas pues con su recuperación y reciclaje el fin de muchas empresas hoy en día es generar nuevos productos, puesto que los envases de bebidas en su mayoría están hechos de este material, el proceso de reciclaje que inicia con una adecuada selección de las botellas que luego pasan a ser molidas, después se obtiene hojuelas o flakes de PET que obtenidas se transformaran en fibras cortas de poliéster que combinadas con otras fibras en proporciones correctas se las puede emplear en la industria textil, contribuyendo así con el medio ambiente, (Mansilla Pérez & Ruiz Ruiz, 2009).

El tereftalato de polietileno más conocido como (PET), actualmente se proyecta como una solución ambiental además de convertirse en una de las oportunidades de negocios para la industria de plásticos, una de las ventajas del (PET) es que puede ser recuperado y posteriormente reciclado para la obtención de nuevos productos, como son las fibras de poliéster que servirán para la fabricación de ropa, (Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades, 2012).

La tela ecológica utilizada se la obtiene a partir de botellas plásticas recicladas donde solo se necesitan 10 botellas plásticas desechadas para elaborar una prenda en Jean, la utilización de esta tela jean representa (60% algodón y 40% poliéster reciclado), un proyecto como este un proyecto de este evita la generación varias toneladas al año de CO₂ al medioambiente, (Lideres, 2015).

2.4 Objetivos.

2.4.1 Objetivo General:

- Determinar la viabilidad y rentabilidad para la Creación de la nueva línea de camisas para hombre en tela jean ecológica de la empresa American Jeans de

la ciudad de Ambato.

2.4.2 Objetivos Específicos:

- Determinar la factibilidad del estudio de mercado para la producción de la nueva línea de camisas jeans en tela ecológica para hombre, además de la generación de estrategias de comercialización y posicionamiento.
- Realizar un estudio técnico para determinar la cantidad de recursos humanos, tecnológicos, y materiales para la producción y comercialización de camisas para hombre en tela jean ecológica.
- Definir mediante un estudio organizacional el personal humano que intervendrá en el proceso de ejecución del proyecto, así como el desempeño que tendrá cada uno de ellos.
- Desarrollar un estudio económico financiero con el fin de establecer todos los recursos económicos que intervendrán y serán necesarios para la ejecución del proyecto, el mismo que serán evaluados mediante indicadores financieros que garantizaran el desarrollo.

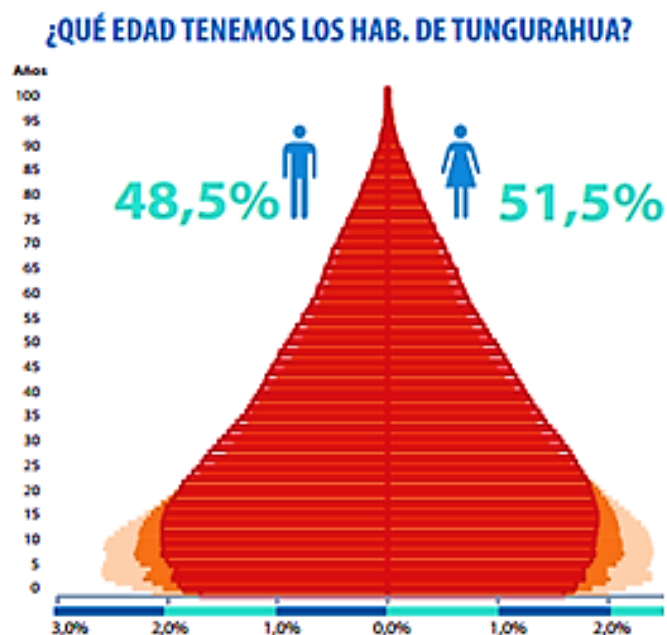
2.5 Beneficiarios.

Los beneficiarios del presente proyecto se estiman que son alrededor de 120 clientes externos de la empresa (Confecciones Sánchez), “American Jeans”.

Los beneficiarios indirectos son las instituciones ligadas con la empresa como son proveedores, clientes mayoristas y minoristas, ya que se beneficiarán de camisas en tela jean ecológica de calidad y poder reducir los índices de productos importados, además será camisas con diseños actuales y dependiendo a las tendencias del mercado.

Contribuirá a la economía del país ya que son productos nacionales con alta calidad y con precios competitivos y accesibles en comparación con los productos importados.

Gráfico 1: Edad Habitantes Tungurahua



Fuente: Proviene (Inec, 2012). Fascículo Provincial Tungurahua

Gráfico 2: Rango de Edades Tungurahua

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	1.098	0,2%	398	0,1%
De 90 a 94 años	1.275	0,3%	1.207	0,2%
De 85 a 89 años	2.764	0,6%	3.163	0,6%
De 80 a 84 años	4.550	1,0%	5.612	1,1%
De 75 a 79 años	6.850	1,6%	7.867	1,6%
De 70 a 74 años	8.606	2,0%	10.581	2,1%
De 65 a 69 años	10.372	2,4%	13.675	2,7%
De 60 a 64 años	12.470	2,8%	15.761	3,1%
De 55 a 59 años	13.602	3,1%	18.951	3,8%
De 50 a 54 años	17.837	4,0%	21.629	4,3%
De 45 a 49 años	19.456	4,4%	26.371	5,2%
De 40 a 44 años	23.705	5,4%	28.966	5,7%
De 35 a 39 años	27.678	6,3%	32.874	6,5%
De 30 a 34 años	30.367	6,9%	37.189	7,4%
De 25 a 29 años	33.298	7,5%	42.233	8,4%
De 20 a 24 años	41.475	9,4%	45.622	9,0%
De 15 a 19 años	45.287	10,3%	49.701	9,8%
De 10 a 14 años	47.913	10,9%	49.194	9,7%
De 5 a 9 años	48.158	10,9%	48.391	9,6%
De 0 a 4 años	44.273	10,0%	45.198	9,0%
Total	441.034	100,0%	504.583	100,0%

Fuente: Proviene (Inec, 2012). Fascículo Provincial Tungurahua

2.6 Resultados alcanzados.

- Los beneficiarios del proyecto que serán los consumidores finales podrán adquirir camisas en tela jean ecológica de calidad, a un precio asequible.
- En el primer año se pretende incorporar e introducir las camisas en un 80% de nuestro mercado meta, además de expandir el mercado actual con el que cuenta la empresa.
- Aumentar la rentabilidad de la empresa.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Descripción de producto, características y usos

Las camisas para hombre o caballero, suelen ser elaboradas de diferentes materiales, en el presente proyecto se presenta como materia prima principal una tela jean ecológica, por lo que la prenda de vestir tendrá un carácter informal para su uso diario, una prenda de esta calidad de elaboración es sumamente cómoda y de fácil combinación con otras prendas para obtener un buen vestir.

Las camisas de tela jean ecológica tienen como característica principal su tela , pues esta es elaborada a partir de botellas pet , que son previamente recicladas y tienen un proceso que finalmente termina en la elaboración de fibras cortas de poliéster que sirven para su producto final que es la tela jean ecológica , además se utilizarán otros materiales como son hilo de coser , botones y etiquetas.

Su uso final será de carácter informal en la vestimenta de un hombre , pues debido a su material y podrá ser de fácil combinación con otras prendas superiores e inferiores.

3.2 Segmentación de mercados

Según, (Lamb , Jr.Hair, & McDaniel, 2011) ; “La segmentación de mercados representa un papel indispensable en la estrategia del marketing y de la mayoría de las organizaciones exitosas, por lo que se la conoce como una importante y poderosa herramienta del marketing, esta ayuda a las empresas a definir con una mayor precisión las necesidades y deseos de los clientes.”

3.2.1 Mercado Meta

El mercado meta del presente proyecto de Emprendimiento para la Creación de la nueva línea de camisa en tela jean ecológica para hombre es el promedio una edad de 20 a 39 años que independientemente de su estado civil conforman la pea actual, según se muestra en la tabla 1 a continuación.

Tabla 1 : Segmentación de Mercados

	Variable de segmentación	Población	Dato	Fuente y año
Camisas en tela jean ecológica para hombres de la provincia de Tungurahua.	Geográfica	Población Ecuador	14,483.499	Inec 2010'.
	Demográfica	Población Masculina Ecuador	7,177.683	Inec 2010.
	Demográfica	Población Masculina Tungurahua (PEA)	244783	Inec 2010 Fascículo Provincial Tungurahua.
	Demográfica	Hombres de 20 a 39 años	76590	Inec 2010 Fascículo Provincial Tungurahua.

Elaborado por: Sebastian Flores

Fuente: INEC

3.2.2 Proyección del mercado meta al año 2016

El mercado meta del proyecto creación de camisas jean en tela jean ecológica será de 83106 personas de sexo masculino que comprenden una edad de 20 a 39 años, el mismo que se obtuvo a través de una proyección con la tasa de crecimiento actual con los datos reportados en el Inec del año 2010.

Tabla 2 : Calculo de la proyección del mercado meta del año 2016

Año	Demanda Hombres entre 20/39 años	Tasa de Crecimiento Poblacional
2010	76.590	1.37%
2011	77.640	1.37%
2012	78.703	1.37%
2013	79.781	1.37%
2014	80.874	1.37%
2015	81.982	1.37%
2016	83.106	1.37%

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: INEC 2010

3.3 Investigación de Mercado

3.3.1 Fuentes de información para el proyecto

En la elaboración del presente proyecto se utilizaron las siguientes fuentes de investigación:

- **Fuentes Primarias de Investigación:** Encuestas
- **Fuentes Secundarias de Investigación:** Se ha obtenido información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del año 2010.

3.3.2 Cuestionario

- Ver Anexos

3.3.3 Calculo de la Muestra

Z= Nivel de confianza

P= Pro a favor

Q= Pro en contra

N= Población Mercado Objetivo 2013

e= Nivel de error

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 (0.50)(0.50)(83106)}{1,96^2 (0.50)(0.50) + 83106(0.05)^2}$$

$$n = \frac{79815}{208,72}$$

$$n = 382$$

Para el presente proyecto se determinó una muestra de 382 hombres de la provincia de Tungurahua comprendidos en edades de 20 a 39 años, de una población total de 83.106.

3.3 Estudio de la demanda

3.4.1 Demanda

La demanda nos refleja una decisión de acerca de que deseos podrán ser satisfechos, así como la cantidad que se demande de un bien o servicio es la cantidad que los consumidores planean comprar en un periodo de tiempo dado y un precio en particular, (Parkin, 2007).

3.4.2 Cálculo de la demanda (Personas)

Después de calcular una muestra de 382 podemos determinar que la cantidad de demanda en consumidores se establece en un 81%, de una totalidad de población de 76.590 proporcionando un mercado objetivo de 62.038 consumidores.

En base a la pregunta No. 7 ¿Utilizaría camisas jean ecológicas? , calculamos la demanda en personas para nuestro proyecto, del cual nos arrojará el resultado positivo que está dispuesto a utilizar el producto.

Tabla 3; Cálculo de la Demanda en Personas

Totalidad De la muestra.	Frecuencia Muestral	Respuesta	Población Total	%	Frecuencia Mercado Objetivo.
382	309	SI	83.106	81%	67.316

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Podemos determinar que nuestro mercado objetivo que nos dio un resultado positivo para usar nuestro producto es de 67.316 personas de sexo masculino.

3.4.3 Cálculo de la Proyección de la Demanda en personas al año 2021

Una vez calculado el mercado objetivo procedemos a proyectar el mismo para los años de vida útil de nuestro proyecto con la tasa de crecimiento poblacional la cual es del 1,37%.

Tabla 4: Proyección de la Demanda Personas

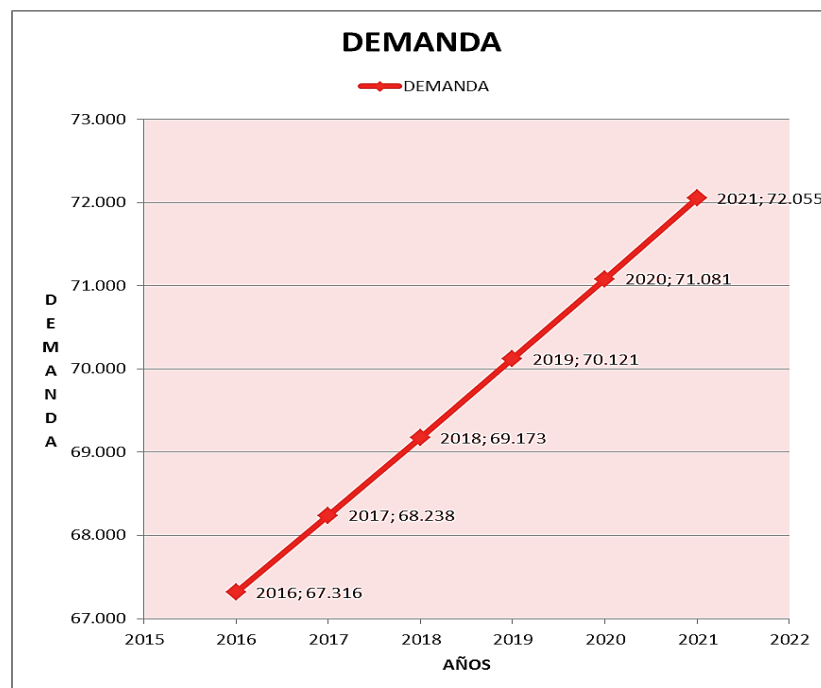
AÑO	DEMANDA	TCP
2016	67.316	
2017	68.238	1,37%
2018	69.173	1,37%
2019	70.121	1,37%
2020	71.081	1,37%
2021	72.055	1,37%

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

La tasa manejada para proyectar la demanda en personas fue obtenida del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos la cual será constante para los años siguientes de nuestro proyecto.

3.4.4 Gráfico de la Proyección de la Demanda en personas al año 2021

Gráfico 3; Proyección Demanda Personas



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

3.4.5 Cálculo de la demanda en productos

Para el cálculo de la demanda en productos necesitamos establecer un promedio de consumo per cápita.

El termino per cápita proviene del idioma latín y su significado es por cabeza, es un término comúnmente usado en el ámbito de las estadísticas, ya sean estas sociales, económicas o del tipo que estas puedan ser, es muy común usarlo para poder hacer referencia a diferentes tipos de divisiones o distribuciones entre grupos o comunidades de personas pues este nos da a conocer cuánto recibe o percibe cada persona, (Tu definicion ABC , 2013).

En base a la Pregunta No. 10 En relación a la pregunta anterior; ¿Qué cantidad de camisas en tela ecológica Ud. Adquiriría ? , calculamos la demanda en productos que podemos obtener, teniendo en cuenta la frecuencia de compra que cada consumidor

Una vez obtenido la frecuencia valida de cada opción se procede a sacar el promedio de esta y procedemos a multiplicar entre estas para obtener un promedio de la frecuencia de adquisición que tendrá el producto.

Tabla 5; Sumatoria Promedio Frecuencia

Validos / Frecuencia		Promedio Frecuencia	Frecuencia * Promedio F.
1 a 2 camisas	172	1,5	258
2 a 3 camisas	141	2,5	352,50
4 o más camisas	69	4	276
Total	382	∑ Total Promedio Frecuencia	886,50

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Para el cálculo del índice per cápita de compra de cada persona procedemos a dividir la sumatoria promedio de frecuencia para el total de las opciones validas de la frecuencia.

Tabla 6; Calculo de índice per cápita para la demanda de productos

∑ Total Promedio Frecuencia	886,50
Total Frecuencia	382
Índice per cápita de compra	2,32

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Para el cálculo de la demanda en productos multiplicamos nuestro mercado objetivo con el índice per cápita de compra.

Tabla 7; Calculo Demanda en productos

Mercado Objetivo	Índice per cápita de compra	Demanda en productos
67.316	2,32	156.173

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

La demanda de productos será de 156.173, la misma procederemos a proyectarla para los años de vida útil del proyecto.

3.4.6 Cálculo de la Proyección de la Demanda en productos al año 2021

Tabla 8; Proyección de la Demanda Productos

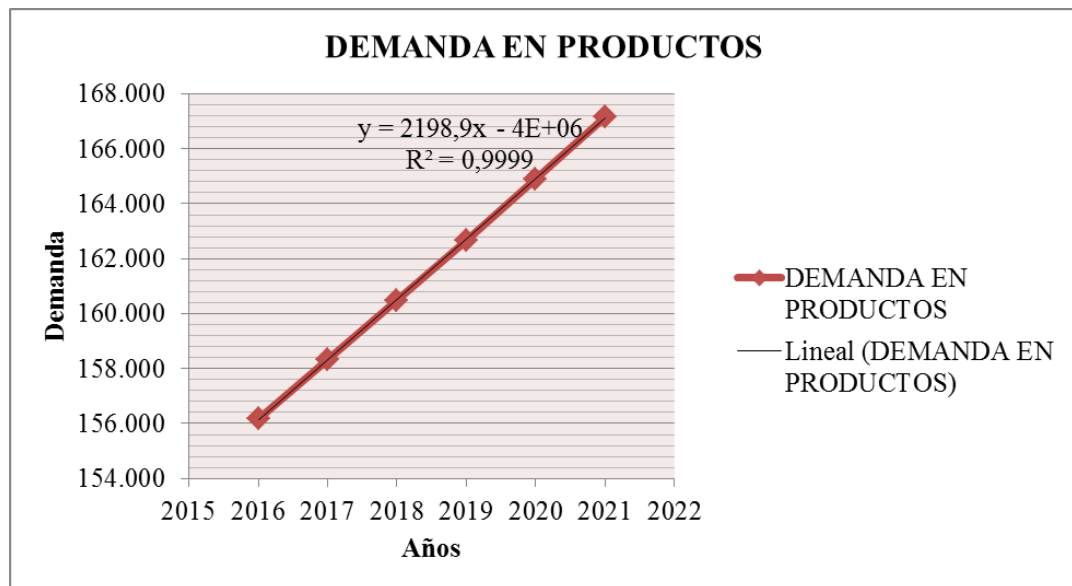
AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	TCP
2016	156.173	
2017	158.313	1,37%
2018	160.481	1,37%
2019	162.680	1,37%
2020	164.909	1,37%
2021	167.168	1,37%

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

La proyección de la demanda fue realizada por los años de vida útil del proyecto obteniendo una demanda de 156.173 para el año 0, hasta 167.168 para el año 5.

3.4.7 Gráfico de la Proyección de la Demanda en productos al año 2021

Gráfico 4; Gráfico de la Proyección de la Demanda en productos



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

3.5 Estudio de la oferta

3.5.1 Oferta

La oferta nos indica la cantidad de bienes que se producirán por parte de los productores a distintos precios que nos indique el mercado, (Fischer & Espejo , 2011).

3.5.2 Cálculo de la oferta del proyecto

En base a la pregunta No. 7 ¿Utilizaría camisas jean ecológicas? , calculamos la oferta para nuestro proyecto, utilizamos el resultado negativo en este caso el 19% que no utilizara nuestro producto.

Tabla 9; Cálculo de la oferta del proyecto

Totalidad de la Muestra	Frecuencia Muestral	Respuesta	Totalidad de la Población	Porcentaje	Frecuencia Mercado Objetivo
382	73	NO	83.106	19%	15.790

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

La frecuencia de nuestro mercado objetivo la obtenemos del totalidad de la población que son $83.106 \times 19\% = 15.790$ el cual procederemos a proyectar para los años de vida útil del proyecto.

3.5.3 Cálculo de la Proyección de la Oferta en personas al año 2021

Tabla 10; Cálculo de la Proyección de la Oferta Personas

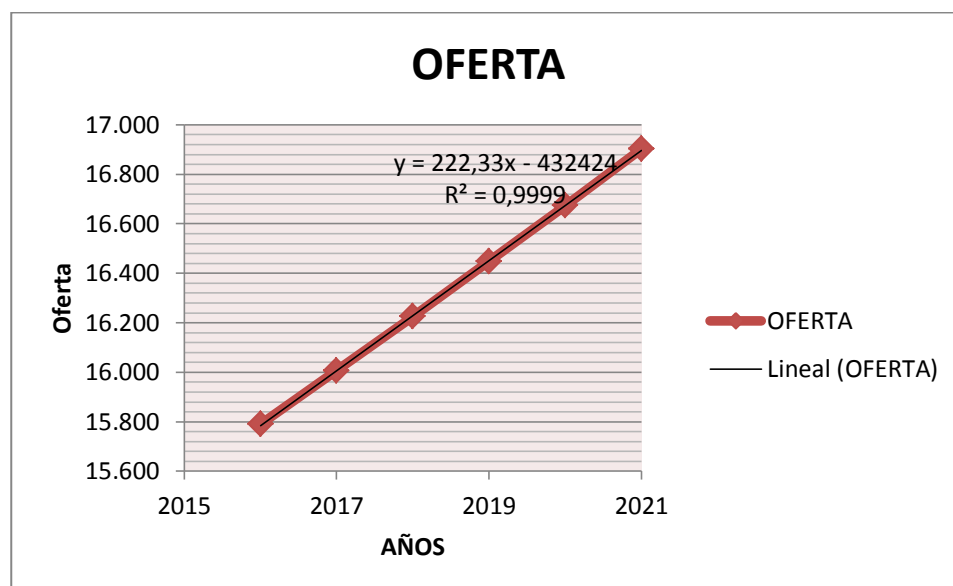
AÑO	OFERTA	TCP
2016	15.790	
2017	16.006	1,37%
2018	16.226	1,37%
2019	16.448	1,37%
2020	16.673	1,37%
2021	16.902	1,37%

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

La proyección de la oferta fue realizada por los años de vida útil del proyecto obteniendo una oferta de 15.790 para el año 0, hasta 16.902 para el año 5.

3.5.4 Gráfico de la Proyección de la Oferta en personas al año 2021

Gráfico 5; Proyección de la Oferta en personas



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

3.5.5 Cálculo de la Oferta en productos

Para el cálculo de la oferta en productos necesitamos establecer un promedio de consumo per cápita.

En base a la Pregunta No. 10 En relación a la pregunta anterior; ¿Qué cantidad de camisas en tela ecológica Ud. Adquiriría?, calculamos la demanda en productos que podemos obtener, teniendo en cuenta la frecuencia de compra que cada consumidor

Una vez obtenido la frecuencia valida de cada opción se procede a sacar el promedio de esta y procedemos a multiplicar entre estas para obtener un promedio de la frecuencia de adquisición que tendrá el producto.

Tabla 11; Sumatoria Promedio Frecuencia

	Validos / Frecuencia	Promedio Frecuencia	Frecuencia * Promedio F.
1 a 2 camisas	172	1,5	258
2 a 3 camisas	141	2,5	352,50
4 o más camisas	69	4	276
Total	382	∑ Total Promedio Frecuencia	886,50

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Para el cálculo del índice per cápita de compra de cada persona procedemos a dividir la sumatoria promedio de frecuencia para el total de las opciones validas de la frecuencia.

Tabla 12; Calculo de índice per cápita para la oferta de productos

∑ Total Promedio Frecuencia	886,50
Total Frecuencia	382
Índice per cápita de compra	2,32

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Para el cálculo de la oferta en productos multiplicamos nuestro mercado objetivo con el índice per cápita de compra.

Tabla 13; Cálculo de la Oferta en productos

Mercado Objetivo	Índice per cápita de compra	Oferta en productos
15.790	2,32	36.633

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

La oferta de productos será de 36.633, la misma procederemos a proyectarla para los años de vida útil del proyecto.

3.5.6 Cálculo de la Proyección de la Oferta en productos al año 2021

Tabla 14; Cálculo de la Proyección de la Oferta en productos

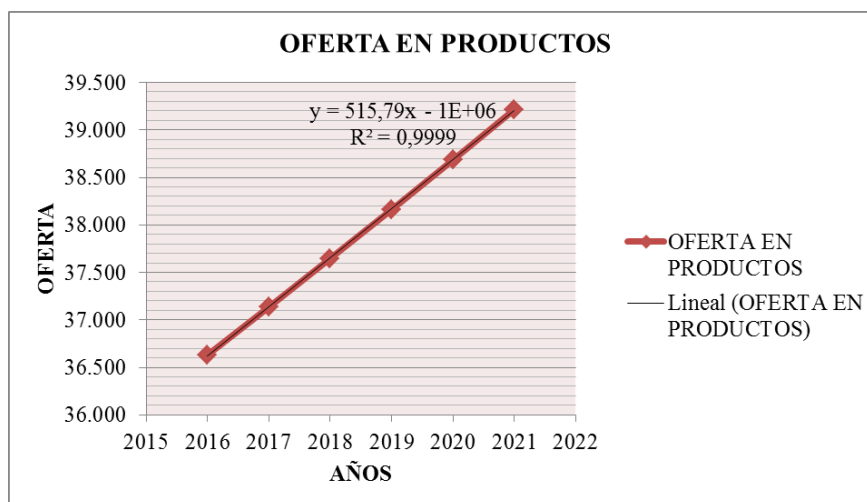
AÑO	OFERTA EN PRODUCTOS	TCP
2016	36.633	
2017	37.135	1,37%
2018	37.644	1,37%
2019	38.159	1,37%
2020	38.682	1,37%
2021	39.212	1,37%

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

La oferta de nuestro proyecto en productos para el año cero será de 36.656, mientras que para el año cinco será de 39.212, de acuerdo a la proyección.

3.5.7 Gráfico de la Proyección de la Oferta en productos al año 2021

Gráfico 6; Proyección de la Oferta en productos



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

3.6 Mercado potencial para el proyecto

Es el conjunto de personas o instituciones posibles compradores de nuestro producto o servicio, una vez definido el mercado se lo debe cuantificar, evaluando el número de productos que se venden al año en el área geográfica donde se piensa operar, (Olle, et al., 1997).

Para obtener el mercado potencial de nuestro proyecto, una vez obtenidos los resultados de demanda y oferta es necesario calcular la demanda potencial insatisfecha de cada año de vida del proyecto, el cual se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Demanda} - \text{Oferta} = \text{Demanda Potencial Insatisfecha}$$

Tabla 15; Mercado potencial para el proyecto

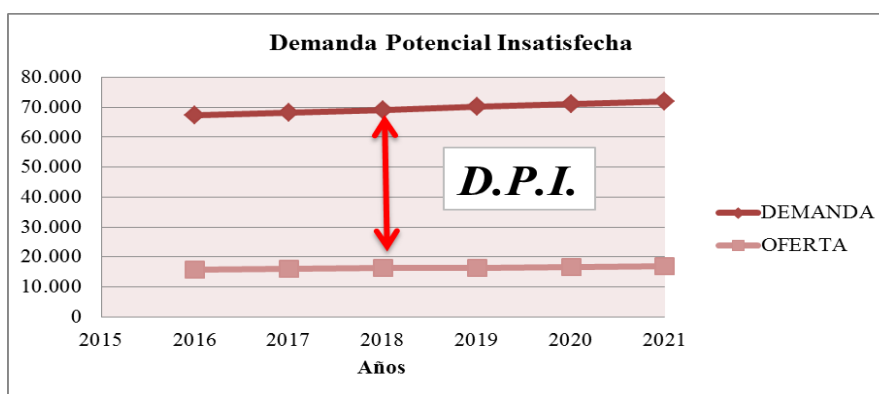
AÑO	DEMANDA TOTAL DEL PRODUCTO	OFERTA TOTAL DEL PRODUCTO	D.P.I. (u)
2016	156.173	36.633	119.540
2017	158.313	37.135	121.178
2018	160.481	37.644	122.838

2019	162.680	38.159	124.521
2020	164.909	38.682	126.227
2021	167.168	39.212	127.956

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

3.6.1 Gráfico de la Demanda Potencial Insatisfecha

Gráfico 7; Gráfico de la Demanda Potencial Insatisfecha



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

3.7 Precios

Es la cantidad de dinero que se cobrara por un producto o servicio, también se lo define como la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios por usar el producto o servicio, (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2013) .

3.7.1 Cálculo de Precios

- **Calculo del precio de venta al consumidor final**

Para el cálculo de precios nos basamos en la pregunta No. 13 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa en tela jean ecológica (P.V.P.)? , de la cual obtendremos la información necesaria para establecer el precio adecuado de nuestro producto.

Tabla 16; Calculo del precio de venta al consumidor final

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
---------	------------	------------

Entre 30 a 35 dólares	230	60,2
Entre 36 a 41 dólares	95	24,9
Más de 42 dólares	57	14,9
Total	382	100,0

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

El precio calculado a continuación fue basado en la pregunta del cuestionario referente al mismo donde se procede a proyectarlos por los años siguientes.

- **Calculo precio venta al cliente de la empresa (Detallistas)**

Una vez establecidos los costos de producción de nuestro producto, la empresa ha decidido establecer un precio de venta a nuestros clientes detallistas de \$ 21,99 , el cual generara un amplio margen de utilidad para la empresa , que se verá reflejado en los estados financieros.

Tabla 17; Calculo precio venta al cliente de la empresa (Detallistas)

PRECIO	TOTAL
Cientes Detallistas	\$ 21,99

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

3.7.2 Proyección de precios al año 2021

- **Proyección precio de venta al consumidor final**

Tabla 18; Proyección precio de venta al consumidor final

AÑO	PRECIO	INFLACIÓN
2016	\$30,00	
2017	\$31,01	3,38%
2018	\$32,06	3,38%
2019	\$33,15	3,38%
2020	\$34,27	3,38%

2021	\$35,42	3,38%
-------------	---------	-------

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Cálculo de precios

El precio ha sido proyectado con la inflación actual del país, para los años venideros del proyecto.

○ **Proyección precio de venta al cliente de la empresa**

Tabla 19; Proyección precio de venta para Detallistas

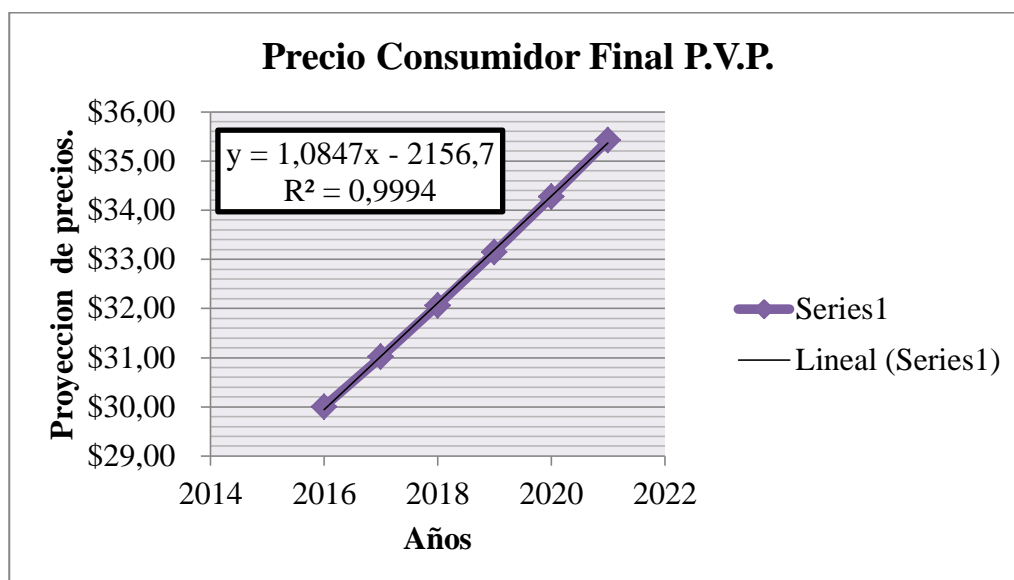
AÑO	PRECIO	INFLACIÖN
2016	\$21,99	
2017	\$22,73	3,38%
2018	\$23,50	3,38%
2019	\$24,30	3,38%
2020	\$25,12	3,38%
2021	\$25,97	3,38%

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Cálculo de precios

3.7.3 Gráficos de precios proyectados al año 2021

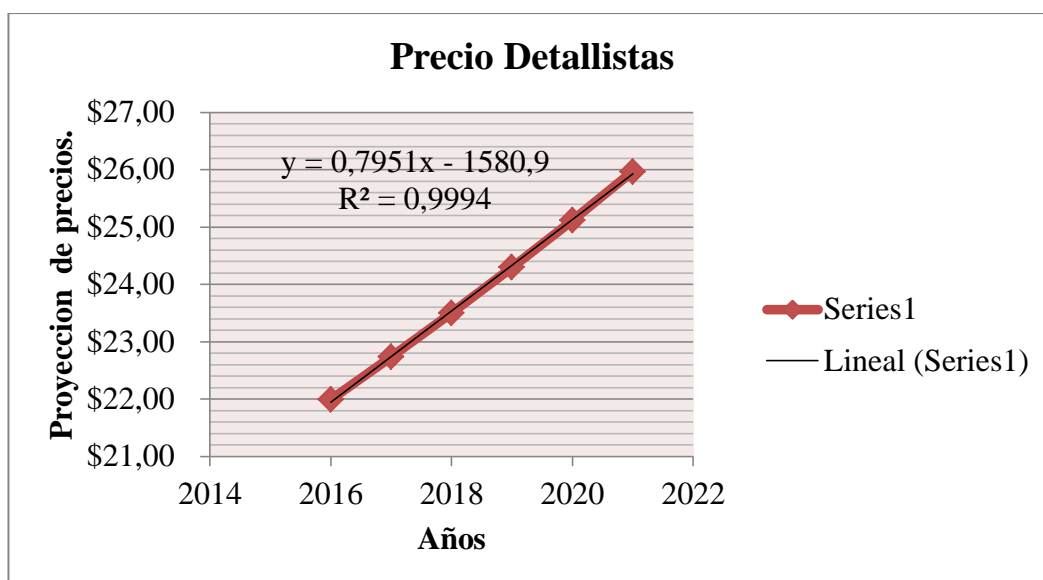
Gráfico 8; Precio venta al consumidor final P.V.P.



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Gráfico 9; Precio Detallistas



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Nuestro Precio Venta al Consumidor Final partirá desde los \$30 ,00 en nuestro año cero el igual ira incrementándose paulatinamente cada año acorde a la inflación del país , cabe recalcar que este estudio de precios fue realizado con el fin de descubrir en una cantidad monetaria adecuada que nuestro consumidor final que usara el producto está dispuesto a pagar , nuestro precio para distribución en la principales tiendas de ropa de la Provincia de Tungurahua será menor , pues se espera que los costos unitarios de producción de nuestro producto nos den un amplio margen de utilidad.

Nuestro precio de venta para los detallistas que serán nuestros principales clientes dentro de la Provincia de Tungurahua lo calcularemos en el estudio financiero del presente proyecto, pues este nos dará como resultado los ingresos por ventas esperados para el mismo.

3.8 Comercialización

Una de las etapas desarrollo de los nuevos productos es la comercialización, la decisión de colocar el producto en el mercado, esto se realiza mediante la ejecución de varias tareas como ordenar los materiales y el equipo de producción, empezar la

producción, creación de inventarios, embarcar los productos a los puntos de distribución de campo, capacitación a la fuerza de ventas, anunciar el nuevo producto al mercado y publicitarlo a los clientes potenciales, (Lamb , Jr., & McDaniel , 2011).

Los canales de comercialización pueden ser considerados generalmente como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo, (Stern , El-Ansary , Couhlan, & Cruz , 1999).

3.9 Canales de Distribución

Cuando analizamos este concepto no solamente vamos a entender la forma de distribuir si no como vamos a vender (directa o indirectamente), dependiendo del tipo de producto la distribución estará concentrada en el momento de la venta; existen productos que solamente hacen a la empresa interactuar con el consumidor final y otros que requieren de más interacciones con la parte compradora, (Rodriguez H., 2009).

Según; (Perez del Campo , Castro Analuiza, Aldas Cordova, Quisimalin , & Gavilanes Moreno, 2013) , Los canales de distribución son vías de encaminamiento de bienes de igual manera entre el productor y el consumidor, que comprende eventualmente la intervención de comerciantes intermedios.

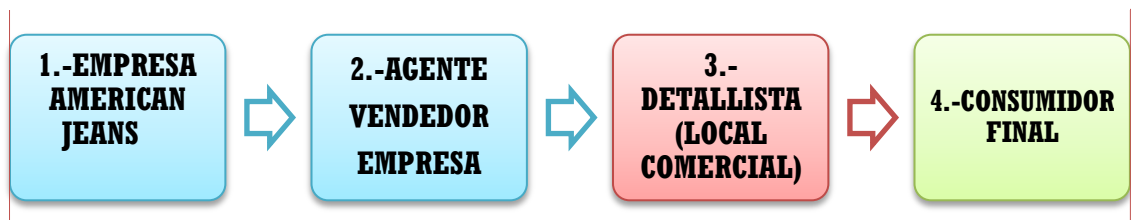
Podemos decir que existen varios canales de Distribución entre los cuales podemos mencionar:

- Productor – consumidor (Nivel Cero).
- Productor-Detallista-Consumidor (Nivel Uno).
- Productor-Agente-Detallista-Consumidor (Nivel Dos).
- Productor-Agente-Mayorista-Detallista-Consumidor (Nivel Tres)

Para la comercialización de nuestro proyecto utilizaremos el canal dos de

distribución pues es el más adecuado para llevar a cabo la venta de nuestros productos por medio de un agente vendedor de la empresa que se encargue de distribuir físicamente el producto a nuestros clientes actuales en la ciudad y estos

Gráfico 10;(Canal de Distribución, Nivel Dos)



clientes actuales o detallistas serán los que pondrán el producto en las manos del consumidor final.

Elaborado por: Autor

Fuente: (Perez del Campo , Castro Analuiza, Aldas Cordova, Quisimalin , & Gavilanes Moreno, 2013).

3.10 Estrategias de comercialización

3.10.1. Estrategias de Producto

Objetivo:

- Ofertar una gama de 3 colores en nuestras camisas para hombre en tela jean ecológica en un estilo sobrio y elegante con el fin de ofrecer variedad al momento de la selección por parte del consumidor final.

Descripción:

- La elección de la gama de colores para nuestro producto será de acuerdo a la resistencia de la tela para los mismos en el proceso de tinturado y lavado.
- Los colores seleccionados van acorde a los gustos y preferencias reflejados en el cuestionario realizado al mercado objetivo.
- La producción de las camisas será mayor a menor en los colores azul, celeste, gris.

- Ofrecer garantía de nuestro producto en posibles fallas de fábrica que estos puedan llegar a tener.

Acciones:

- Obtener una producción de camisas para hombre en tela jean ecológica en los colores preferidos por los clientes además de variar el diseño en el estilo preferido por los consumidores cada trimestre ya que se asegura el consumo anual del producto, en este caso se priorizara los colores azul, celeste y gris

3.10.2. Estrategias de Precio

Objetivo:

- Implantar un precio adecuado de acuerdo a la información recopilada en la investigación de campo realizada para garantizar la rotación de nuestro producto.

Descripción:

- La fijación de precios fue realizado de acuerdo a la investigación realizada enfocada en los ingresos y frecuencia de compra de los consumidores.
- Con un estudio de la oferta y la demanda en la provincia de Tungurahua se pudo determinar el mercado potencial de nuestro proyecto el cual podrá adquirir el producto a un precio asequible.
- Además de ser un producto nuevo el precio fijado para la venta al consumidor final es competitivo frente a la competencia.

Acciones:

- Una vez realizado el estudio previo de la factibilidad de nuestro proyecto , donde se ha demostrado que nuestro producto podrá ser desde \$ 30,00 a

\$ 35,00 dependiendo del sector y segmento de clientes que mantengan nuestros detallistas , la empresa considerando el costo ha decidido empezar con un precio base de nuestro producto de \$ 21,99 para el año cero de nuestro proyecto.

3.10.3. Estrategias de Plaza

Objetivo:

- Implementar un modelo de distribución adecuado con políticas de venta favorables a la empresa en los principales puntos de venta dentro de la Provincia de Tungurahua, con el fin de mantener el stock correcto para cada detallista.

Descripción:

- La empresa al mantener crédito directo a sus principales clientes dentro y fuera de la provincia, mantendrá una política de 30 y 60 días de plazo para el pago por concepto de mercadería vendida , esto nos da como resultado un periodo promedio de recuperación de cartera de 48 días reflejado en nuestro estudio económico y financiero.

Acciones:

- Mantener crédito directo únicamente con los detallistas que se encuentren al día con sus obligaciones con la empresa.
- Implementar una línea telefónica exclusiva para nuestros clientes, donde podrán solicitar el producto mediante una llamada sin necesidad de acudir a la empresa.

3.10.4. Estrategias de Promoción

Objetivo:

- Promocionar nuestro producto y marca, además de dar a conocer a

nuestro target los puntos de venta de nuestros productos.

Descripción:

- Con la aprobación de la empresa del presupuesto anual para la promoción y publicidad se destinara el uso del mismo para la promoción de nuestra marca como tal y de nuestro nuevo producto, principalmente en redes sociales, vallas publicitarias una vez que hemos obtenido la preferencia de comunicación con nuestros consumidores en el cuestionario.

Acciones:

- Promocionar nuestro producto además de los puntos de venta en la Provincia de Tungurahua.
- Establecer las principales redes sociales de nuestra empresa.
- Ubicar al menos 2 vallas publicitarias, en lugares cercanos a la mayoría de los puntos de venta de nuestros clientes.

CAPÍTULO 4 ESTUDIO TECNICO

4.1 Tamaño del Emprendimiento

4.1.1 Factores incidentes en el tamaño del proyecto

- **Demanda Potencial Insatisfecha**

Para definir el tamaño del proyecto uno de los factores más relevantes dentro del mercado es la Demanda Potencial y el volumen de captación que la Empresa American Jeans tenga hacia esta demanda. Después de realizar el estudio de mercado se determinó la cantidad de camisas jeans que se venderán durante el primero año y determinando cuantas se deberán producir diariamente para cubrir la demanda potencial insatisfecha.

Tabla 20; Demanda Potencial Insatisfecha Proyección

AÑO	DEMANDA TOTAL DEL PRODUCTO	OFERTA TOTAL DEL PRODUCTO	D.P.I. (u)
2016	156.173	36.633	119.540
2017	158.313	37.135	121.178
2018	160.481	37.644	122.838
2019	162.680	38.159	124.521
2020	164.909	38.682	126.227
2021	167.168	39.212	127.956

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Calculo Oferta y Demanda

Tabla 21; Demanda Potencial Insatisfecha Año 1

AÑO	D.P.I. (u)	DPI Real 3,0179%
2017	121.178	3657






Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Calculo Oferta y Demanda



- **Maquinaria**

Para realizar la nueva línea de camisas de en tela jeans se dispondrá de varias máquinas existentes en la empresa como fin de introducir un nuevo producto en el mercado.

Las maquinas que intervendrán en el proceso de fabricación son:

Tabla 22 ; Descripción de Maquinas

MAQUINA	DESCRIPCION	IMAGEN
<p>MÁQUINA RECTA ELECTRÓNICA SIRUBA L918-M1-13</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 5500 puntadas por minuto. • Lubricación automática. • Corte de hilo automático. • Remates o atraques Programables. • Motor Servo electrónico. • Código de aguja (DBX1#11~#14) en el estándar y (DBX1#20~#23) en el pesado. • Modelos: L918-M1-13 y L918-H1-13. • Para puños y cuellos 	
<p>MÁQUINA OVERLOCK 5 HILOS 2 AGUJAS CON PUNTADA DE SEGURIDAD MO-6716S</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alta velocidad hasta 8000 puntadas por minuto. • Separación de agujas 1/4 de pulgada. • Lubricación automática. • Código de Aguja DCx27(desde #11 – #14). • Modelo: MO-6716s. • Costuras laterales • Costuras verticales 	
<p>MÁQUINA DOBLE AGUJA INDUSTRIAL JUKI LH3528</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 3500 puntadas por minuto. • Separación de agujas de 1/4 de pulgada. • Lubricación automática. • Código de aguja DPX5 desde (#11-#22). • Modelo: LH3528. • Realización de la parte frontal (pecho) de la camisa • Realización de la parte posterior (espalda) de la camisa 	
<p>MAQUINA PRETINADORA INDUSTRIAL 4 AGUJAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 4 Agujas • 8 hilos • Transporte puller , apta para costuras pasadas y medias • Mesa y motor industrial monofásico. 	
<p>MAQUINA OJALADORA SUZUKI SE200</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 1000-2000 puntadas por minuto(ajustable). • Motor servo electrónico. • Lubricación automática. • Tamaño de ojal 14mm – 40mm. • Corte de hilo ajustable. • Código de aguja Schmetz system 558#90 – #120. • Modelo: SE200 	

<p>MÁQUINA CORTADORA VERTICAL EASTMAN 627X</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peso 37 lbs, 16.7 kg. • Caballaje 1.25 hp, 1 ph 2.20 hp, 3 ph. • Tamaño de la hoja 5" 6" 7" 8" 9" 10" 11 1/2" 13". • Cortante: 12.7cm 15.2cm 17.7cm 20.3cm 22.8 cm 25.4cm 29.2cm 33.0cm. • Capacidad de corte: 31/2" 41/2" 51/2" 61/2" 71/2" 81/2" 10" 111/2". • 8.89cm 11.4cm 13.9cm 16.5cm 19.1cm 21.5cm 25.4cm 29.2cm. • Magnitud del recorrido: 11/8" 11/4" 11/2" 13/4". • 2.86cm 3.18cm 3.81cm 4.45cm 	
<p>PLANCHA A VAPOR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plancha Silver Star de Vapor, Original, ideal para todo tipo de Tela. • Modelos: ES-300 y BSP-300 • Potencia 1000 W • Tanque de agua de: 4 lts • Peso: 12,67 kg • Voltaje: 110 / 220 V 	

Elaborado por: Sebastian Flores

Fuente: (novastitch, 2016)

4.1.2 Tamaño Óptimo

El tamaño de una unidad económica se enfoca a la capacidad productiva , volumen de inversión , número de trabajadores , que laboran en dicha unidad , por lo que al hablar de tamaño se debe de considerar la capacidad de producción y esta debe estar referida a un periodo determinado , (Maldonado Arias , 2006).

El tamaño está definido como la capacidad de producción de bienes y servicios , en un periodo de tiempo establecido y ofrecido al mercado .Para el cálculo de la D.P.I REAL se podrá calcular con un porcentaje entre 1% al 10% , (Baca Urbina, 2010).

El tamaño óptimo determinado para este proyecto lo calcularemos de acuerdo a la D.P.I, desde el año cero hasta el último año de vida del proyecto, utilizaremos un porcentaje determinado de 3,01% , pues la D.P.I. del proyecto es alta y necesitamos una D.P.I.DIARIA que no sobrepase nuestra capacidad de producción.

Tabla 23; Calculo del Tamaño Optimo

AÑO	D.P.I. (u)	DPI Real 3,0179%	DPI DIARIA (clientes) /144
2016	119.540	3607	25
2017	121.178	3657	25
2018	122.838	3707	26
2019	124.521	3758	26
2020	126.227	3809	26
2021	127.956	3861	27

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Estudio Técnico

4.2 Localización

La localización de la nueva línea en la Empresa American Jeans que está ubicada en la provincia de Tungurahua en la ciudad de Ambato puesto que la empresa tiene varios años ubicada en esta ciudad y todos los beneficiarios tendrán la facilidad de adquirir los productos ya que tienen conocimiento de la ubicación.

Para la nueva línea de producción la empresa ya cuenta con infraestructura necesaria para su funcionamiento, por lo que no será necesario buscar otro lugar.

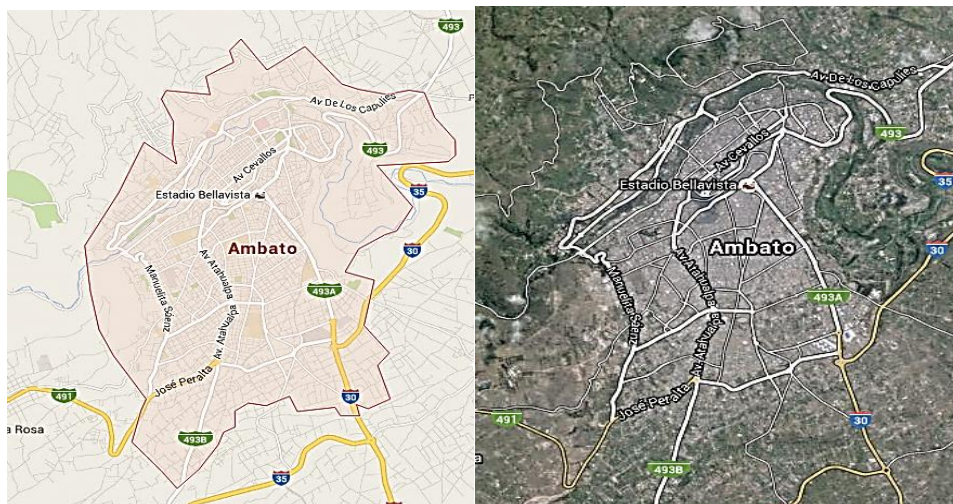
4.2.1 Macro Localización

Tabla 24; Macro localización

País:	Ecuador
Región:	Sierra
Zona:	Sur Oriente
Provincia:	Tungurahua
Cantón:	Ambato

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Estudio Técnico

Gráfico 11; Macro localización



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Google Maps

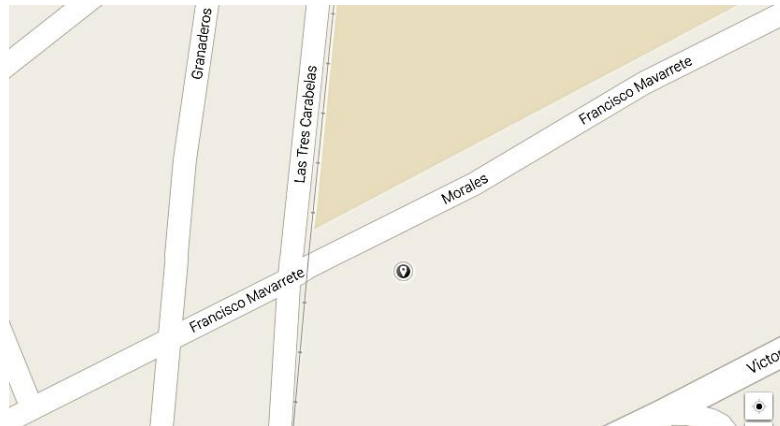
4.2.2 Micro localización

Tabla 25; Micro localización

Cantón:	Ambato
Parroquia:	Celiano Monge
Sector:	American Park
Dirección:	Morales y Batalla de Tarqui

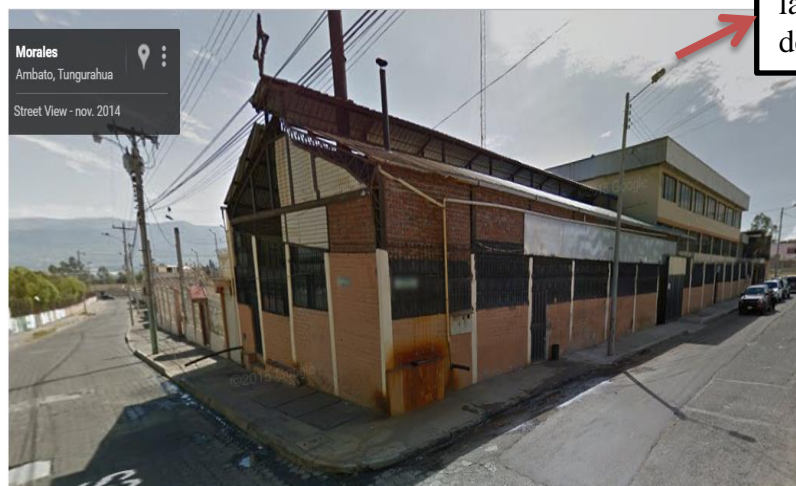
Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Estudio Técnico

Gráfico 12; Micro localización



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Google Maps

Gráfico 13; Micro localización



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Google Maps Street View

4.3. Ingeniería del Proyecto

- **Definición**

Entendemos por Ingeniería del Proyecto, a la fase dentro de la ejecución de un proyecto de inversión, donde establecemos todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Es la etapa que comprende aspectos técnicos y de infraestructura que permitirán el proceso de fabricación de un producto o la prestación de algún servicio.

4.3.1. Estado Inicial

Recursos Materiales

Se pueden considerar a los recursos materiales como tales a los que se encuentran incorporados en el producto y pueden ser objeto de procesos , maquinas , utillajes , etc., los cuales son necesarios para llevar a cabo distintas operaciones que forman o son parte de un proceso , (Molinillo Jiménez, 2014).

Los materiales pueden ser de distintos tipos como materias primas, componentes, entre otros, se recomienda no olvidar ninguno de ellos pues en ocasiones materiales aparentemente sin importancia pueden ser críticos más adelante en el proyecto, (Gil Estallo & de la Fuente , 2007).

Tabla 26: Materias Primas

MATERIAS PRIMAS			
CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD ANUAL CAMISAS/METROS	COSTO METRO DE TELA	COSTO TOTAL ANUAL
Tela Jean Ecoflex 7,5 oz. m.	4689	\$ 4,50	\$ 21.100,50
Camisas a producir anual	3607		

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Estudio Técnico

Nota: La cantidad de metros que se empleará para la elaboración de una camisa es 1.30 m.

Tabla 27: Insumos Directos

INSUMOS DIRECTOS DE FABRICACION			
CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD ANUAL	COSTO	TOTAL
Botón de camisa (13 c/u)	46.891	\$ 0,04	\$ 1.875,64
Hilo de Coser conos	37	\$ 2,90	\$ 107,30
Etiquetas Interiores (Dos por camisa)	7.214	\$ 0,04	\$ 252,49
Etiquetas Exteriores con cordón (1por camisa)	3.607	\$ 0,06	\$ 198,39
Imperdibles para etiqueta	3.607	\$ 0,02	\$ 71,06
COSTO TOTAL I.D.F.			\$ 2.504,87

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 28 : Insumos Indirectos

INSUMOS INDIRECTOS DE FABRICACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL	COSTO	TOTAL
Energía Eléctrica Kw/h	3600	\$ 0,22	\$ 792,00
Agujas para máquinas de coser recta , overlock ,pechera	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Escuadra de madera	4	\$ 4,35	\$ 17,40
Moldes Camisa	6	\$ 7,00	\$ 42,00
Tizas	100	\$ 0,15	\$ 15,00
Cinta métrica	2	\$ 1,25	\$ 2,50
COSTO TOTAL I.I.F.			\$ 874,90

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Estudio Técnico

Tabla 29 : Herramientas

HERRAMIENTAS	
CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD ANUAL
Tijeras para telas	1

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Estudio Técnico

Recursos tecnológicos (Maquinaria)

Los principales recursos tecnológicos que tendrá nuestro proyecto los podemos ver reflejados en la maquinaria que se incorporara para la nueva línea de producción pues como podemos ver en la descripción de la misma (Ver tabla Descripción de Maquinaria) , cada una de ellas tendrá una función primordial en la producción de las camisas jean ecológicas , además de los equipos que detallamos en el Estudio Financiero ,mismos que serán necesarios para poder llevar a cabo un orden y control , así como salvaguardar la información de la empresa.

Es importante saber el uso adecuado que tendrá cada elemento o maquinaria en el proceso, uso que preferencialmente deberá ser eficiente para la empresa y signifique una disminución de costes para el producto final, es por ello que se ha seleccionado la maquinaria adecuada para la producción de esta nueva línea de camisas, basado en experiencias previas que la empresa mantiene en el ámbito de la producción de prendas jeans.

Tabla 30 : Requerimiento de Maquinaria

MÁQUINAS	
CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD ANUAL
<ul style="list-style-type: none">• Máquina Cortadora Vertical Eastman 627x	1
<ul style="list-style-type: none">• Máquina Overlock 5 Hilos 2 Agujas Con Puntada De Seguridad Mo-6716s	2

• Máquina Doble Aguja Industrial Juki Lh3528	1
•Máquina Recta Electrónica Siruba L918-M1-13	1
•Maquina Pretinadora 4 agujas	1
• Maquina Ojaladora Suzuki Se200	1
• Plancha A Vapor	2

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Estudio Técnico

Recursos Humanos

Si hablamos de una planificación de recursos humanos dentro de la empresa, como toda planificación pretende prevenir el futuro tratando de influir sobre el curso de los acontecimientos para alcanzar los objetivos que preveamos, (Gil Estallo & de la Fuente , 2007).

En el ámbito del personal de la empresa se trata de garantizar que la misma disponga en cada momento el número de personas que requiera y con la cualificación necesaria para llevar a cabo una actividad, adaptándose a las fluctuaciones en la capacidad de instalada y optimizando el empleo del personal a fin de evitar costes innecesarios, (Gil Estallo & de la Fuente , 2007).

Para la ejecución de nuestro proyecto el requerimiento de personal en mano de obra directa estará compuesta por:

- **Obreros:** Un total de 4 obreros que desempeñaran diferentes actividades como el corte de la tela, el cosido de la prenda, y los ojales de la camisa, los obreros pueden ser calificados y no calificados según los conocimientos que tengan para cada una de las actividades.

Tabla 31 : Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA	
CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD ANUAL
Cortador	1
Cosedor	2
Cosedor / Ojalador	1

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Estudio Técnico

- **Supervisor inmediato:** Un total de 1 persona que estará a cargo de los obreros, se encargara de que el personal a cargo cumpla con las actividades y tareas asignadas, además de encargarse del control de calidad del producto, (Ver estructura organizativa y funcional).
















Tabla 32 : Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	
CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD ANUAL
Control de Calidad	1






Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Estudio Técnico

- **Vendedor:** Se contratara a 1 persona como agente vendedora para la ciudad de Ambato encargado de la comercialización de nuestro producto a los clientes actuales que maneja la empresa y con el fin de expandir el mercado y dar a conocer la marca American Jeans de una mejor manera con nuestro nuevo producto dentro de la ciudad, (Ver estructura organizativa y funcional).
- **Contabilidad:** Un total de 1 persona encargada de llevar en orden las cuentas de activo y pasivo de la empresa, (Ver estructura organizativa y funcional).
- **Gerencia:** La área de gerencia estará ocupada por el propietario de la empresa que actualmente dirige la línea de producción más importante dentro de la empresa que es la de pantalones jeans y ahora la nueva línea de producción de camisas jeans ecológicas para hombre, (Ver estructura organizativa y funcional).

4.2.3 Proceso técnico

 AMERICAN JEANS CIA.LTDA. PROCESOS TECNICOS CAMISAS	Elaboracion de la Camisa de Tela Jean Ecologica Pet.	CODIGO:	AJG-AM-001
		VERSION:	1
Elaborado por: Autor del proyecto.	Revisado por:Jefe de produccion.	FECHA DE ELABORACION:	Aprobado por: Gerente General.
OBJETIVO: Determinar cada paso de elaboracion de la camisa de tela jean ecologica , conjuntamente con cada uno de sus responsables. DEFINICIONES:			
Diagrama de Flujo	Descripcion del Proceso	Fotografia	Responsable
	1.) Tender la tela por partes iguales en la mesa de corte		CORTADOR
	2.) Realizar los trazados de los moldes de cada parte de la camisa utilizando la escuadra de madera conjuntamente con la tiza y la cinta métrica.		CORTADOR
	3.) Realizar los dobleces necesarios en la tela para poder realizar el corte.		CORTADOR
	4.) Realizar el cortado de tela siguiendo adecuadamente el trazado.		CORTADOR
	5.) Separamos las partes de la camisa que han sido cortadas		CORTADOR
	6.) El cosedor con la ayuda de la maquina recta de coser conjuntamente con la overlock comienza a coser las partes de la camisa .		COSEDORES
	7.) Las partes de la camisa que han sido cosidas previamente serán unidas y cosidas para dar forma a la camisa con la ayuda de las máquinas de pecheras y overlock.		COSEDORES
	8.) Con ayuda de la maquina ojaladora se procede a realizar los ojales donde se ubicaran cada botón de la camisa		COSEDORES
	9.) Se procede a pegar los botones de la camisa cosiendo cada uno de ellos.		COSEDORES
	10.) La producción es transportada a la lavandería de teñidos donde se dara el color final solicitado de la prenda de vestir, la misma empresa de lavanderia es la encargada de recoger y entregarnos la produccion en nuestras instalaciones.		SERVICIO CONTRATADO
	11.) Se procede a realizar el corte de los hilos o mechas de algodón que se encuentran sobresalidos en la prenda.		SERVICIO CONTRATADO
	12.) Se realiza el etiquetado de las prendas de vestir colocando las etiquetas de marca, como normas INEN, especificaciones y cuidado de la prenda y talla de la misma, y a continuación se realiza el planchado y abroche de los botones de la camisa.		SERVICIO CONTRATADO
	13.) Se procede a realizar el empaque final y su posterior distribución en la ciudad.		JEFE DE PRODUCCION

4.2.4 Balance de materiales

AMERICAN JEANS									
BALANCE DE MATERIALES CAMISAS ECOLOGICAS EN TELA JEAN PARA HOMBRE									
NO.	DESCRIPCION/ ACTIVIDAD	DISTANCIA [M]	TIEMPO		ACTIVIDAD				
			HORAS	MIN .					
1	Tender la tela por cortes iguales en toda la mesa de corte			3	●				
2	Realizar los trazados de los moldes de cada parte de la camisa utilizando la escuadra de madera conjuntamente con la tiza y la cinta métrica.			4	●				
3	Realizar los dobleces necesarios en la tela para poder realizar el corte			4	●				
4	Realizar el cortado de tela siguiendo adecuadamente el trazado.			4	●				
5	Separamos las partes de la camisa que han sido cortadas			1	●				
6	El cosedor con la ayuda de la maquina zecta de coser conjuntamente con la overlock comienza a coser las partes de la camisa .			5	●				
7	Las partes de la camisa que han sido cosidas previamente serán unidas y cosidas para dar forma a la camisa con la ayuda de las máquinas de pecheras y overlock.			5	●				
8	Se procede a pegar los botones de la camisa con la ayuda del cosedor , de forma manual.			5	●				
9	Transportar la produccion hacia la lavanderia para que den el teñido de color solicitado para la prenda	100		5	●				
10	Transportar la produccion desde la lavanderia hacia nuestra planta de produccion para su proceso final	100		5	●				
11	Se procede a realizar el corte de los hilos o mechas que se encuentran sobresalidos en la prenda.			2	●				
12	Se realiza el etiquetado interior de las prendas de vestir colocando las etiquetas de marca, como normas INEN, especificaciones y cuidado de la prenda y talla de la misma, y a continuación se realiza el abroche de los botones de la camisa.			3	●				
13	Se procede a dar el proceso de planchado de la prenda			2	●				
14	Se procede a realizar el etiquetado final exterior de la prenda , para el empaque final y su posterior distribución en la provincia.			1	●				
15	Se procede al empaquetado del producto para su posterior distribucion			1	●				
TOTAL		200 [M]	0 h	50 min.					

4.2.5 Periodo operacional estimado de la planta

La nueva línea de ropa que la empresa "American Jeans", va a lanzar al mercado no requiere de maquinaria demasiado costosa y es de fácil reemplazo, la misma que tiene una vida útil de 10 años, que podrán extenderse incluso por 5 años más por el mantenimiento adecuado que se les da, evitando así la necesidad de reemplazar dicha maquinaria.

Una vez estimados el balance de materiales así como el proceso técnico podemos decir que las maquinaria empleada en nuestro proyecto de creación de una nueva línea de camisas jean ecológicas tendrá un periodo operacional de aproximadamente unos 15 años , podemos resaltar que la maquinaria que emplearemos no es de costo alto así como un posible reemplazo no generara una inversión elevada , y se puede concluir que el periodo de operación en el proyecto no dependerá de la maquinaria y su vida útil sino del entorno que nos presente el mercado.

4.2.6 Capacidad de Producción.

La capacidad de producción de cada una de las empresas que producen un bien distinto es diferente cada una de otra , existen conceptos claves como la capacidad tecnológica la cual es aplicada como un sistema productivo de conocimientos científicos y técnicos más avanzados al momento actual , el número de turnos que se trabajara , el número de obreros , la capacidad de equipo , la distribución de áreas de la planta , todo esto sujeto a un presupuesto limitado, (Baca Urbina, 2010).

Para calcular la capacidad de producción se consideró la capacidad instalada por semana de 40 horas semanales ya que las máquinas están en funcionamiento las 8 horas laborables de lunes a viernes y por ende se consideró la capacidad de utilización de las máquinas de 24 horas semanales ya que para la elaboración de esta línea solo se realizarán 3 veces a la semana las ocho horas laborables es por lo cual el tiempo asignado para realizar las camisas será de un 40%.

$$D = \frac{\text{Capacidad utilizada} - \text{Tiempo asignado}}{\text{Capacidad instalada}} * 100\%$$

Capacidad instalada por semana

$$\begin{aligned} & 5 \text{ días /semana} * 8 \text{ horas/semana} \\ & = 40 \text{ horas/semana.} \end{aligned}$$

Capacidad de utilizada por semana

$$\begin{aligned} & 3 \text{ Días/Semana} \times 8 \text{ Horas/Semana} \\ & = 24 \text{ horas a la semana.} \end{aligned}$$

La capacidad de utilizada por semana de nuestro proyecto de la nueva línea de Camisas serán de 24 horas semanales ya que la producción sólo se harán tres días en la semana, las 8 horas diarias.

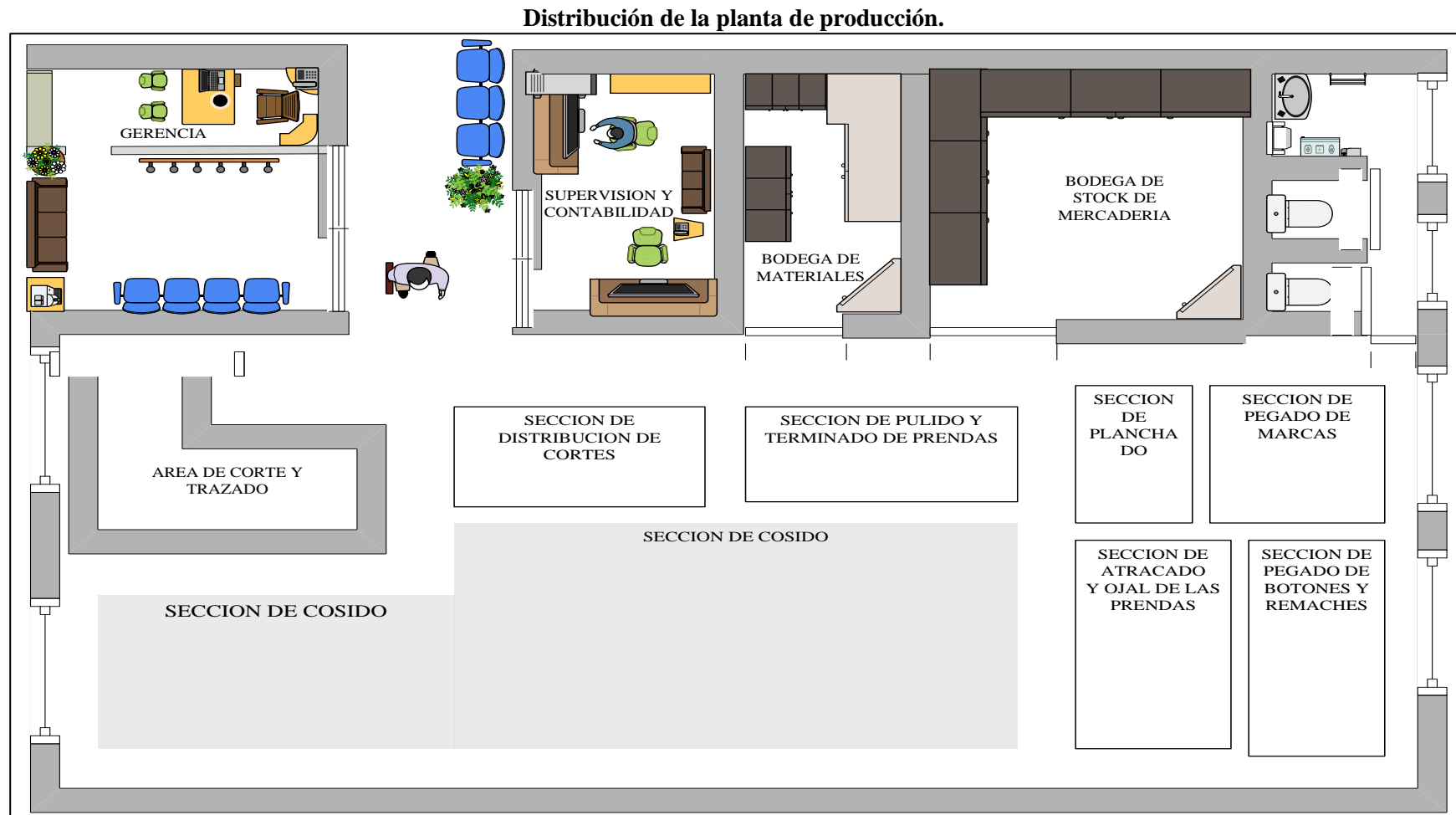
Tiempo asignado

8 horas/día

$$D = \frac{24-8}{40} * 100\%$$

$$\mathbf{D = 40\%}$$

4.3.6. Distribución de la planta de producción.



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Estudio Técnico

CAPÍTULO 5

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Aspectos generales

La empresa American Jeans está regida por una estructura organizacional la cual define la jerarquía dentro de la empresa , donde se puede observar desde los mandos superiores hacia los inferiores , cada puesto está identificado con su función dentro de la organización .Esto permitirá descubrir defectos en la organización y así comunicar una mejor estructura y reflejar los cambios correspondientes.

Los niveles jerárquicos son:

- **Nivel directivo:** Gerencia
- **Nivel operativo:** Departamento de Contabilidad, Departamento de Ventas, y Departamento de Producción.
- **Nivel auxiliar:** Facturación.
- **Coordinaciones:** Supervisión de Bodega y Materiales, Sección Corte, Sección Costuras, y la Sección Terminado y Control de Calidad.

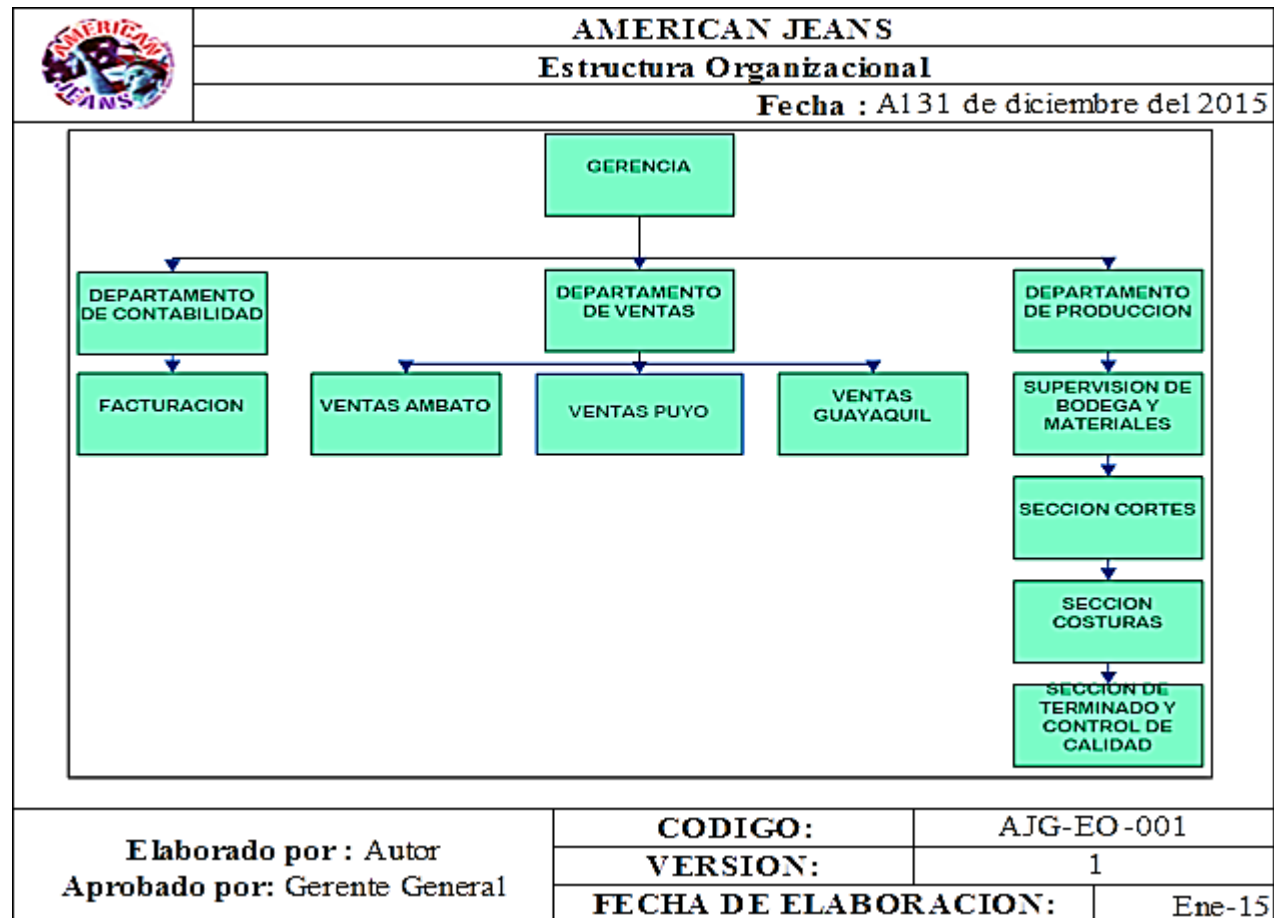
Así mismo se establecen dos tipos de organigramas:

Estructura Organizativa: Presentamos solo la estructura administrativa de la empresa American Jeans.

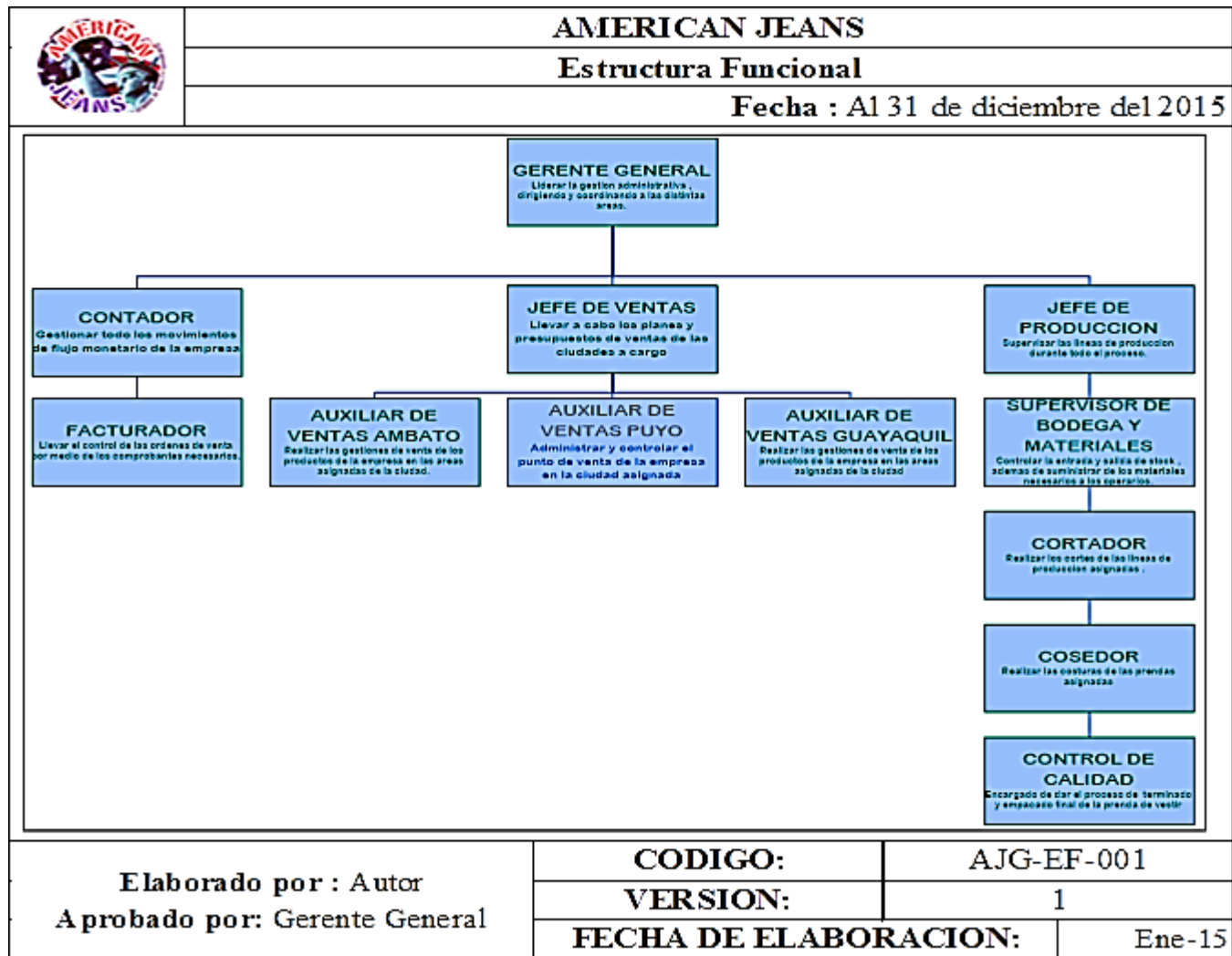
Estructura Funcional: Presentamos además de las unidades y sus relaciones , las funciones principales de cada departamento.

5.2 Diseño Organizacional

5.2.1 Estructura Organizativa



5.2.2 Estructura Funcional



5.2.3 Reseña histórica

En el año 1967 empieza a escribirse lo que hoy es la empresa American Jeans , con su fundador y propietario el sr. Julio Cesar Sánchez López ,que comienza su emprendimiento de confeccionar pantalones jeans , los cuales fueron comercializados en los distintos puntos comerciales que el país le ofrecía o más comúnmente llamadas ferias populares .

Una vez con la experiencia recogida decide fundar su pequeña empresa con el nombre de Confecciones Sánchez, una empresa que ya fue fundada con su conyugue.

La empresa trasciende por los años noventa y da vida a su primera marca ECUAJEANS, nombre dado para dar a conocer el jean ecuatoriano, con esta marca da a conocer sus productos a nivel nacional y para el año 1991 alcanza ganar el premio de Calidad otorgado por el Editorial Office en Miami Fl. , en Octubre de aquel año y para el año 1995 es invitado a Madrid España a recibir el trofeo THE ARCH OF EUROPE GOLD STAR AWARD por su constante innovación y superación.

Con el paso del tiempo y el avance de la tecnología patenta lo que hasta hoy es su marca más conocida en el mercado local, AMERICAN JEANS, innovando así su planta de producción en todos los esquemas para satisfacer al cliente con su producto final, que hasta el día de hoy es comercializada en importantes cadenas de ropa en las principales ciudades del país Quito y Guayaquil.

5.4.Misión

American Jeans es una empresa que produce y comercializa jeans para damas, caballeros y niños .Nuestros productos cuentan con los más altos estándares de calidad, elegancia y distinción para nuestros clientes que se lo merecen.

5.5.Visión

Ser una empresa líder y competitiva en el mercado nacional e internacional, con productos de excelente calidad, diseños innovadores y a la vanguardia de la moda,

cumpliendo las exigencias de nuestra distinguida clientela.

5.6.F.O.D.A.

La matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), es una herramienta de ajuste que permite a los gerentes generar cuatro tipo de estrategias , entre ellas estas: estrategias de fortalezas , y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO) , estrategias de fortalezas y amenazas (FA), y estrategias de debilidades y amenazas (DA), (David , 2003).

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa ofrece una variedad de modelos en sus prendas que fabrica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de incrementar la participación del mercado con su nuevo producto camisas de tela jean ecológica.
<ul style="list-style-type: none"> • Producto reconocido por sus clientes por la calidad que estos tienen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de un nuevo canal de comercialización.
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado en la rama artesanal de la confección. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar nuestro producto mediante la realización de eventos de moda.
<ul style="list-style-type: none"> • Garantía directa en todos nuestros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar los ingresos con promociones en días especiales.
<ul style="list-style-type: none"> • Amplio stock y disponibilidad de la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir materia prima de buena calidad , directo de los proveedores.
<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria completa para la fabricación de las camisas Jean. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de nuestra cuota de clientes en el mercado con nuestro nuevo producto.
<ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos en nuestros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar nuevas relaciones con nuevos proveedores.
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el manejo del 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de dar salida al resto

<p>negocio, debido a su gran trayectoria en el mercado.</p>	<p>de nuestra gama de productos conjuntamente con el nuevo producto.</p>
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no cuenta con un diseñador profesional de prendas de vestir . 	<ul style="list-style-type: none"> • El producto puede ser sujeto a copias en lo que a diseño se refiere por parte de la competencia.
<ul style="list-style-type: none"> • No aceptamos tarjetas de crédito. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia puede influir indirectamente en el precio – consumo del producto.
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa no tiene publicidad suficiente para promocionar sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La alta competitividad en el mercado puede eliminar nuestro nuevo producto con una estrategia de precios.
<ul style="list-style-type: none"> • No mantenemos incentivos a los trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas extranjeras con distribución de productos similares en nuestro mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • No contamos con un manual de funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del impuesto al valor agregado (IVA)
<ul style="list-style-type: none"> • No contamos con seguro de maquinarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se mantienen aun las salvaguardas para ciertas materias primas que se podrían ocupar en la elaboración del producto.
<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de nuestros clientes con lo relacionado a nuestro nuevo producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Decrecimiento de la economía ecuatoriana prevista para el presente año.
<ul style="list-style-type: none"> • No contamos con una página web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reemplazo del consumo del producto por el de otros productos similares.

CAPITULO 6 ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Podemos decir que los Activos Fijos Tangibles son los bienes que la empresa tiene y se pueden palpar y pierden su valor por el uso que van teniendo , la mayoría de este tipo de activos fijos son los utilizados en la producción por lo que son depreciables , existen diferentes tipos de métodos para calcular la depreciación de los mismos , el más tradicional es el método de línea recta en la que anualmente se deprecia una cantidad uniforme hasta cumplir con el objetivo de depreciar el activo totalmente , (Gúzman Vásquez, Gúzman Vásquez, & Romero Cifuentes , 2005).

Tabla 33: Maquinaria

MAQUINARIA			
DESCRIPCION	PRECIO	U	TOTAL
• Máquina Cortadora Vertical Eastman 627x	\$ 490,00	1	\$ 490,00
• Máquina Overlock 5 Hilos 2 Agujas Con Puntada De Seguridad Mo-6716s	\$ 1.275,00	2	\$ 2.550,00
• Máquina Doble Aguja Industrial Juki Lh3528	\$ 850,00	1	\$ 850,00
• Máquina Recta Electrónica Siruba L918-M1-13	\$ 1.425,00	1	\$ 1.425,00
Maquina Pretinadora 4 agujas	\$ 950,00	1	\$ 950,00
• Maquina Ojaladora Suzuki Se200	\$ 790,00	1	\$ 790,00
• Plancha A Vapor	\$ 250,00	2	\$ 500,00
TOTAL			\$ 7.555,00

ELABORADO POR: Sebastian Flores
FUENTE: Empresa American Jeans

Análisis: La maquinaria con la que iniciara sus operaciones de producción la empresa American Jeans para el inicio de su línea de camisas ecológicas jean será la detallada anteriormente la misma que será nueva y contara con garantía de un año.

Tabla 34 : Equipo

Equipos			
Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Equipo de Computo	2	\$ 725,00	\$ 1.450,00

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Empresa American Jeans

Tabla 35 : Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Mobiliario para Oficina	1	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
Mesa Cortadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
		Total	\$ 2.700,00

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Empresa American Jeans

Análisis: La maquinaria , equipos y muebles de enseres con la que iniciara sus operaciones de producción la empresa American Jeans para el inicio de su línea de camisas ecológicas jean será la detallada anteriormente la misma que será nueva y contara con garantía de un año.

6.1 Inversiones en activos diferidos e intangibles.

Los activos diferidos aunque ya se encuentren clasificados como un activo , no son más que gastos que se encuentran ya pagados pero en muchos casos talvez no aun utilizados , cuyo objetivo es no afectar la información de la empresa en los periodos donde aún no se ha utilizado dichos gastos , generalmente se los hace una distinción entre gastos pagados por anticipados y cargos diferidos , (Mendoza Roca & Ortiz Tovar , 2016).

Tabla 36 : Marcas y patentes.

Marcas y Patentes			
Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Marcas y Patentes	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Publicidad	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
		Total	\$ 3.500,00

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Empresa American Jeans

Análisis: La inversión en patentes y marcas es el precio que se debe pagar por el mantenimiento de las mismas en las diferentes entidades locales que rigen estos cobros.

6.2 Inversiones en capital de trabajo

Podemos denominar al capital de trabajo a la diferencia entre el activo circulante y las deudas exigibles a corto plazo que se denomina también pasivo circulante, (Bonta & Farber , 2002).

El capital de trabajo de la empresa American Jeans se encuentra establecido de la siguiente manera:

Tabla 37 : Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Descripción	Total
Activo Corriente	\$ 14.124,04
Pasivo Corriente	\$ 5.649,61
Total Capital de Trabajo	\$ 8.474,42

ELABORADO POR: Sebastian Flores
FUENTE: Empresa American Jeans

6.3 Activo Corriente

El activo corriente es el importe que será transformado en dinero, siempre y cuando la empresa venda sus existencias que hay en el almacén y que nos paguen todos los deudores, (Bonta & Farber , 2002).

Podemos decir que el activo corriente que dispone la empresa American Jeans para el año en curso se divide en:

- **Caja/Bancos**

Podemos decir que para el año en curso la empresa disponer en sus cuentas bancarias la cantidad de 1.500,00 Usd.; que están reflejados en los estados financieros.

- **Inventarios**

El inventario se puede definir como la cantidad en dólares que tenemos disponible o

reflejado en materias primas, productos en proceso, insumos, o artículos que en un posterior futuro serán ocupados para satisfacer una demanda futura.

Para el cálculo del mismo se utilizara el formula del lote económico la cual nos dará como resultado la cantidad optima en materia prima que requiere una empresa de producción.

Simbología:	Dónde:
Constante = 2	Constante = 2
F: Costo de colocar y recibir una orden de compra	F = 7
U: Consumo anual de unidades de materia prima	U= 4.754
C: Tasa pasiva referencial (6,01% Banco Central del Ecuador 2016)	C = 6,01%
P: Precio unitario de compra	P = 4,50

Formula:

$$\text{LOTE ECONOMICO} = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

$$\text{LOTE ECONOMICO} = \sqrt{\frac{2 * 7 * 4.754}{0,0601 * 4.5}}$$

$$\text{LE} = \sqrt{\frac{66556}{0,2704}}$$

$$\text{LE} = \sqrt{246093,54}$$

$$\text{LE} = 496,0834$$

<u>INVENTARIO =</u>	<u>(LOTE ECONÓMICO) * (PRECIO)</u>
• Lote Económico =	496,0834
• Precio =	\$ 4,50
• Inventario =	\$ 2232,38

- **Cuentas por cobrar**

Esta cuenta generalmente se refiere al crédito que la empresa dará a sus clientes por el concepto de venta de sus productos.

Las cuentas por cobrar se calculan en base a las ventas o ingresos brutos que la empresa estima tener en año 1 por el concepto de venta de camisas jeans ecológicas dentro de la línea de producción de la empresa American Jeans, todo esto se multiplica por el Periodo Promedio de Recuperación (PPR), el cual es de 45 días.

Formula:

$$C. C. = \frac{VENTAS}{360} * PPR$$

En donde:

CC= Cuentas por cobrar

PPR=Periodo de recuperación

Se otorgara un plazo de 45 días para que los clientes realicen los pagos, basándose en la política de cobros que actualmente maneja la empresa.

$$\text{Periodo Promedio de recuperacion} = \frac{30 + 60}{2}$$

$$\text{Periodo Promedio de recuperacion} = 45 \text{ dias.}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{83.133.28}{360} * 45$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \$ 10.391,66$$

Tabla 38 : Resumen activo corriente

Activo Corriente	
Descripción	Valor
Caja Bancos	\$ 1.500,00
Inventario	\$ 2.232,38
Cuentas por cobrar	\$ 10.391,66
Total Activo Corriente	\$ 14.124,04

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Elaboración propia.

Análisis:

Se puede concluir que la línea de camisas jeans ecológicas contara con activos que se podrán convertir en menos de un año en efectivo por una cantidad de \$ 14.124,04.

6.4 Financiamiento

La línea de producción de camisas jeans ecológicas para hombre de nuestra empresa será financiada en un 42 % por un préstamo bancario realizado en una institución financiera y el 58 % será financiamiento propio también llamado fuente interna y estará constituido por los propietarios de la empresa, los recursos propios podrán ser ocupados en la inversión de activos fijos diferidos intangibles o capital de trabajo.

Tabla 39 : Fuentes de Financiamiento

Descripción	Porcentaje
Aporte Propio Empresa	58%
Aporte Terceros Banco	42%
Total de la Inversión	100%

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.5 Plan de Inversión Proyecto

PLAN DE INVERSIONES			
<u>1.-INVERSION EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</u>			
<u>Equipos</u>			
Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Equipo de Computo	2	\$ 725,00	\$ 1.450,00
<u>Maquinaria</u>			
Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Máquina Cortadora Vertical Eastman 627x	1	\$ 490,00	\$ 490,00
Máquina Overlock 5 Hilos 2 Agujas Con Puntada De Seguridad Mo-6716s	2	\$ 1.275,00	\$ 2.550,00
Máquina Doble Aguja Industrial Juki Lh3528	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Máquina Recta Electrónica Siruba L918-M1-13	1	\$ 1.425,00	\$ 1.425,00
Maquina Pretinadora 4 agujas	1	\$ 950,00	\$ 950,00
Maquina Ojaladora Suzuki Se200	1	\$ 790,00	\$ 790,00
Plancha A Vapor	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Total Inversiones en Maquinaria			\$ 7.555,00
<u>Muebles y Enseres</u>			
Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Mobiliario para Oficina	1	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
Mesa Cortadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Total Inversiones en Activos Fijos/Muebles y Ens.			\$ 2.700,00
<u>Herramientas</u>			
Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Tijeras Industrial para tela	3	\$ 8,33	\$ 25,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			\$ 11.730,00
<u>2.-INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES</u>			

Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Marcas y Patentes	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Publicidad	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES			\$ 3.500,00
<u>3.-CAPITAL DE TRABAJO</u>			
Descripción			Total
Activo Corriente			\$ 14.124
Pasivo Corriente			\$ 5.649,61
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 8.474,42

ELABORADO POR: Sebastian Flores
FUENTE: Investigación directa

Tabla 40 : Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Activo Fijo	\$ 11.730,00
Activo Intangible	\$ 3.500,00
Capital de Trabajo	\$ 8.474,42
Total Inversión Inicial	\$ 23.704,42

ELABORADO POR: Sebastian Flores
FUENTE: Investigación directa

Tabla 41 : Estructura de Financiamiento

Financiamiento		
Descripción	Valor	Porcentaje
Aporte Propio Empresa	\$ 13.704,42	58%
Aporte Terceros Banco	\$ 10.000,00	42%
Total de la Inversión	\$ 23.704,42	100%

ELABORADO POR: Sebastian Flores
FUENTE: Investigación directa

Análisis: Podemos decir que nuestro plan de inversión inicial del proyecto será de **\$ 23.704,42**, y la estructura financiera del mismo será de un 42% aportado por el Banco Internacional, y el 58% por capital propio por parte de los dueños de la empresa.

6.6 Presupuesto de costo y Gastos

6.6.1 Presupuesto de costos

Concepto definición

Los costos de producción son el valor que se le da a todos los bienes que se necesitan para la fabricación, producción de un producto que terminado será entregado para su posterior venta. La línea de producción de camisas jean ecológicas para hombre, incurrirá en los siguientes costos para la fabricación de su producto:

- Materias primas
- Insumos directos de fabricación
- Insumos indirectos de fabricación
- Mano de obra directa
- Mano de obra indirecta
- Depreciación
- Mantenimiento
- Amortización

Materias primas

Tabla 42 : Materias Primas

Materia Prima			
Calculo Requerimientos de Materia Prima [M]			
Descripción	Cantidad a Producir [u]	Cantidad por Unidad requerida [m]	Cantidad Total requerida [m]
Tela Eco-d 7,5 oz.	3657	1,3	4754,1
Costo Total Materia Prima			
Descripcion	Cantidad requerida [m]	Precio Unitario c/[m]	Precio Total
Tela Eco-d 7,5 oz.	4754,1	\$ 4,50	\$ 21.393,45

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Materiales directos

Tabla 43 : Materiales Indirectos

Materiales Indirectos			
Descripción	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Total
Funda Boton de madera para camisa	48	\$ 33,90	\$ 1.627,20
Hilo crudo de coser	95	\$ 2,50	\$ 237,70
Etiquetas interiores de marca y especificaciones	7314	\$ 0,04	\$ 292,56
Etiqueta exterior con cordón	3657	\$ 0,06	\$ 201,14
Fundas para empaque	3657	\$ 0,03	\$ 109,71
Imperdible para etiqueta	3657	\$ 0,02	\$ 73,14
Costo Total de Materiales Indirectos			\$ 2.541,45

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Insumos

Tabla 44 : Insumos

Insumos			
Descripción	Cantidad Requerida	Costo Unitario	Total
Energía Eléctrica Kw/h	3600	\$ 0,22	\$ 792,00
Agujas para Maquinaria	2000	\$ 0,01	\$ 12,00
Agujas para coser	100	\$ 0,03	\$ 3,00
Juego de escuadras de madera para diseñar	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Patron de molde slim fit para camisa	6	\$ 7,00	\$ 42,00
Tizas celestes para trazar en tela	100	\$ 0,12	\$ 12,00
Cinta métrica	6	\$ 1,25	\$ 7,50
Costo total Insumos			\$ 886,50

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Mano de obra directa

Tabla 45 : Mano de obra directa

Mano de Obra Directa I						
No.	Nombre	Cargo	Días Trabajados Mes	R.U.M.	Aporte less	Líquido a recibir
					9,45%	
1	JOSE CUNALATA	CORTADOR	30	\$ 366,00	\$ 34,59	\$ 331,41
2	CARMEN FIALLOS	COSEDOR	30	\$ 366,00	\$ 34,59	\$ 331,41
3	MARIA MIRANDA	COSEDOR	30	\$ 366,00	\$ 34,59	\$ 331,41
4	SILVANA GARCES	COSEDOR	30	\$ 366,00	\$ 34,59	\$ 331,41
TOTALES				\$ 1.464,00	\$ 138,35	\$ 1.325,65

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Tabla 46 : Mano de obra directa II

Mano de Obra Directa II						
No.	XII SUELDO	XIV SUELDO	Fondo de Reserva 8,33%	Vacaciones	Aporte Patronal 12.15	Total
1	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ -	\$ -	\$ 44,47	\$ 105,47
2	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ -	\$ -	\$ 44,47	\$ 105,47
3	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ -	\$ -	\$ 44,47	\$ 105,47
4	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ -	\$ -	\$ 44,47	\$ 105,47
TOTAL	\$ 122,00	\$ 122,00	\$ -	\$ -	\$ 177,88	\$ 421,88

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

- **Calculo del costo mano de obra directa**

Tabla 47 : Proyección Calculo Mano de Obra Directa

Descripción		Mensual	Anual	Anual Año 1
Sueldo Mensual		\$ 1.464,00	\$ 17.568,00	\$ 18.161,80
XIII Sueldo		\$ 122,00	\$ 1.464,00	\$ 1.464,00
XIV Sueldo		\$ 122,00	\$ 1.464,00	\$ 1.464,00
Fondo de Reserva	8,33%	\$ -	\$ -	\$ 121,95
Vacaciones		\$ -	\$ -	\$ 61,00
Aporte Patronal	12,15%	\$ 177,88	\$ 2.134,51	\$ 2.206,66
Totales		\$ 1.885,88	\$ 22.630,51	\$ 23.479,41
Total Mensual al 40%		\$ 754,35	\$ 754,35	\$ 782,65
Total Anual al 40%		\$ 9.052,20	\$ 9.052,20	\$ 9.391,76

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Nota: la tasa para proyectar el costo de mano de obra directa fue la inflación 2016 correspondiente a 3,38% , además el costo final será calculado en base a la capacidad de producción del personal para este proyecto que es del 40% .

Costo total mano de obra directa	\$ 23.479,41
Capacidad de Instalada Proyecto	40%
Costo total mensual	\$ 782,65
Costo total anual	\$ 9.391,76

Tabla 48 : Mano de obra indirecta

Mano de Obra Indirecta			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual
Servicio de Lavado y Tinturado	3657	\$ 1,15	\$ 4.205,55
Servicio de Pulido	3657	\$ 0,15	\$ 548,55
Servicio de Planchado y Etiquetado	3657	\$ 0,20	\$ 731,40
Costo Total Mano de Obra Indirecta			\$ 5.485,50

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Depreciación

Los activos nos ayudan a que la empresa tenga un beneficio económico por el uso en el que serán empleados, pero de la misma manera estos sufren un desgaste como resultado de su uso por lo que se ha utilizado el método de línea recta para el cálculo respectivo de cada uno de los activos que influyen en la producción de nuestro producto.

Tabla 49 : Costo Depreciación

Costo Depreciación			
Tasa de Depreciación		10%	
Características	Cantidad	Valor	Costo Depreciación
Máquina Cortadora Vertical Eastman 627x	1	\$ 490,00	\$ 44,10

Máquina Overlock 5 Hilos 2 Agujas Con Puntada De Seguridad Mo-6716s	2	\$ 1.275,00	\$ 114,75
Máquina Doble Aguja Industrial Juki Lh3528	1	\$ 850,00	\$ 76,50
Máquina Recta Electrónica Siruba L918-M1-13	1	\$ 1.425,00	\$ 128,25
Maquina Pretinadora 4 agujas	1	\$ 950,00	\$ 85,50
Maquina Ojaladora Suzuki Se200	1	\$ 790,00	\$ 71,10
Plancha A Vapor	2	\$ 250,00	\$ 22,50
Equipo de computo	2	\$ 725,00	\$ 65,25
Mobiliario de oficina	2	\$ 1.900,00	\$ 171,00
Mesa Cortadora	1	\$ 800,00	\$ 72,00
Costo Total Anual Depreciación			\$ 850,95

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Mantenimiento

Tabla 50 : Costo Mantenimiento

Costo Mantenimiento				
Características	Cantidad	Valor	Costo Mantenimiento	Costo Total
			5%	
Máquina Cortadora Vertical Eastman 627x	1	\$ 490,00	\$ 24,50	\$ 24,50
Máquina Overlock 5 Hilos 2 Agujas Con Puntada De Seguridad Mo-6716s	2	\$ 1.275,00	\$ 63,75	\$ 127,50
Máquina Doble Aguja Industrial Juki Lh3528	1	\$ 850,00	\$ 42,50	\$ 42,50
Máquina Recta Electrónica Siruba L918-M1-13	1	\$ 1.425,00	\$ 71,25	\$ 71,25
Maquina Pretinadora 4 agujas	1	\$ 950,00	\$ 47,50	\$ 47,50
Maquina Ojaladora Suzuki Se200	1	\$ 790,00	\$ 39,50	\$ 39,50
Plancha A Vapor	2	\$ 250,00	\$ 12,50	\$ 25,00
Equipo de computo	2	\$ 725,00	\$ 36,25	\$ 72,50
Costo Total Anual Mantenimiento				\$ 450,25

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Amortización

Tabla 51 : Costos de Amortización

Costos Amortización			
Tasa		0,1	
Descripción	Cantidad	Valor	Costo Amortización
<i>Marcas/Patentes</i>	1	\$ 1.000,00	\$ 100,00
<i>Publicidad</i>	1	\$ 2.500,00	\$ 250,00
Costo Total Anual Amortización			\$ 350,00

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.6.2. Resumen de costos

Tabla 52 : Resumen Costos de Producción Totales Año 1

Resumen Costos de Producción Totales Año 1		
Descripción de Costos	Costo Total	Costo Unitario
<i>Costo Total Materia Prima</i>	\$ 21.393,45	\$ 5,85
<i>Costo Total de Materiales Indirectos</i>	\$ 2.541,45	\$ 0,69
<i>Costo total Insumos</i>	\$ 886,50	\$ 0,24
<i>Costo Mano de Obra Directa</i>	\$ 9.052,20	\$ 2,48
<i>Mano de Obra Indirecta</i>	\$ 5.485,50	\$ 1,50
<i>Costo Total Amortizaciones</i>	\$ 350,00	\$ 0,10
<i>Costo Total Anual Depreciación</i>	\$ 850,95	\$ 0,23
<i>Costo Total Anual Mantenimiento</i>	\$ 450,25	\$ 0,12
Costos Operativos Totales	\$ 41.010,30	\$ 11,21

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.7. Presupuesto de Gastos

6.7.1. Gastos administrativos

Tabla 53 : Gastos administrativos

Gasto administrativos Año 1	
(-) Servicios Básicos	\$ 289,46
(-) Suministros de Oficina	\$ 206,76
(-) Sueldos y Salarios	\$ 636,55
Gasto sueldo décimo tercero	\$ 74,09
Gasto sueldo décimo cuarto	\$ 50,45

Gasto Fondos de reserva	\$ 74,06
Gasto pago vacaciones	\$ 37,04
Gasto aporte Iess 12,15%	\$ 108,02
(-) Suministros de Limpieza	\$ 62,03
Mantenimiento Software	\$ 31,01
Total Gastos Administrativos	\$ 1.569,48

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.7.2. Gastos de Venta

Tabla 54 : Gastos de Venta

Gastos de Venta Año 1	
Total Gastos de Venta	\$ 5.225,70

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.7.3. Gastos Financieros

Tabla 55 : Préstamo Proyecto de Inversión

Gastos Financieros Año 1	
Gastos bancarios	\$ 39,70
Gasto intereses	\$ 646,43
Gasto Seguros Prestamos	\$ 65,00
Préstamo por Pagar cada año	\$ 2.000,00
Total Gastos Financieros	\$2.751,13

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Tabla 56 : Tabla de amortización anual

TABLA DE AMORTIZACION						
AÑOS	INTERÉS	ABONO A CAPITAL	SEGUROS	DIVIENDO	DIVIDENDO + SEGUROS	SALDO
1	\$ 646,43	\$ 2.000,00	\$ 65,00	\$ 2.646,43	\$ 2.711,43	\$ 10.845,72
2	\$ 646,43	\$ 2.000,00	\$ 65,00	\$ 2.646,43	\$ 2.711,43	\$ 8.134,29
3	\$ 646,43	\$ 2.000,00	\$ 65,00	\$ 2.646,43	\$ 2.711,43	\$ 5.422,86
4	\$ 646,43	\$ 2.000,00	\$ 65,00	\$ 2.646,43	\$ 2.711,43	\$ 2.711,43
5	\$ 646,43	\$ 2.000,00	\$ 65,00	\$ 2.646,43	\$ 2.711,43	\$ -
TOTAL	\$ 3.232,13	\$ 10.000,00	\$ 325,02	\$ 13.232,13	\$ 13.557,15	

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.7.4 Resumen Gastos

Tabla 57 : Resumen de Gastos

Detalle de Gastos del Proyecto	
Descripción	Total Anual
Gasto administrativos	\$ 1.569,48
Gastos de Venta	\$ 5.225,70
Gastos Financieros	\$ 2.751,13
Total de Gastos	\$ 9.546,31

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.8. Situación Financiera Actual

AMERICAN JEANS BALANCE DE SITUACION INICIAL CAMISAS JEAN ECOLOGICAS

ACTIVO	AÑO 1
Activo Circulante	\$ 14.124,04
Caja-Bancos	\$ 1.500,00
Inventario de insumos	\$ 2.232,38
Cuentas por cobrar	\$ 10.391,66
Activo Tangible	\$ 10.854,05
Maquinaria	\$ 7.555,00
Muebles y enseres	\$ 2.700,00
Equipo de computo	\$ 1.450,00
Depreciación acumulada	-\$ 850,95
Activo Intangible	\$ 3.150,00
Patentes	\$ 3.500,00
/Marcas/Publicidad	
Amortización acumulada	-\$ 350,00
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 28.128,09</u>
PASIVO	
Pasivo Circulante	\$ 5.649,61
Pasivo Largo Plazo	\$ 10.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 15.649,61
PATRIMONIO	
Capital	\$ 12.478,47
TOTAL PATRIMONIO	\$ 12.478,47
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 28.128,09</u>

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.8.1. Situación Financiera Proyectada

AMERICAN JEANS CAMISAS ECOLOGICAS					
BALANCE GENERAL					
ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Circulante	\$ 14.124,04	\$ 14.601,43	\$ 15.094,96	\$ 15.605,17	\$ 16.132,62
Caja-Bancos	\$ 1.500,00	\$ 1.550,70	\$ 1.603,11	\$ 1.657,30	\$ 1.713,32
Inventario de insumos	\$ 2.232,38	\$ 2.307,83	\$ 2.385,83	\$ 2.466,48	\$ 2.549,84
Cuentas por cobrar	\$ 10.391,66	\$ 10.742,90	\$ 11.106,01	\$ 11.481,39	\$ 11.869,46
Activo Tangible	\$ 10.854,05	\$ 11.249,68	\$ 11.658,68	\$ 12.081,51	\$ 12.518,62
Maquinaria	\$ 7.555,00	\$ 7.810,36	\$ 8.074,35	\$ 8.347,26	\$ 8.629,40
Muebles y enseres	\$ 2.700,00	\$ 2.791,26	\$ 2.885,60	\$ 2.983,14	\$ 3.083,97
Equipo de computo	\$ 1.450,00	\$ 1.499,01	\$ 1.549,68	\$ 1.602,06	\$ 1.656,21
Depreciación acumulada	-\$ 850,95	-\$ 850,95	-\$ 850,95	-\$ 850,95	-\$ 850,95
Activo Intangible	\$ 3.150,00	\$ 3.268,30	\$ 3.390,60	\$ 3.517,03	\$ 3.647,74
Patentes /Marcas/Publicidad	\$ 3.500,00	\$ 3.618,30	\$ 3.740,60	\$ 3.867,03	\$ 3.997,74
Amortización acumulada	-\$ 350,00	-\$ 350,00	-\$ 350,00	-\$ 350,00	-\$ 350,00
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 28.128,09</u>	<u>\$ 29.119,41</u>	<u>\$ 30.144,23</u>	<u>\$ 31.203,70</u>	<u>\$ 32.298,98</u>
PASIVO					
Pasivo Circulante	\$ 5.649,61	\$ 5.840,57	\$ 6.037,98	\$ 6.242,07	\$ 6.453,05
Pasivo Largo Plazo	\$ 10.000,00	\$ 10.338,00	\$ 10.687,42	\$ 11.048,66	\$ 11.422,10
TOTAL PASIVO	\$ 15.649,61	\$ 16.178,57	\$ 16.725,41	\$ 17.290,73	\$ 17.875,15
PATRIMONIO					
Capital	\$ 12.478,47	\$ 12.940,84	\$ 13.418,83	\$ 13.912,98	\$ 14.423,83
TOTAL PATRIMONIO	\$ 12.478,47	\$ 12.940,84	\$ 13.418,83	\$ 13.912,98	\$ 14.423,83
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 28.128,09</u>	<u>\$ 29.119,41</u>	<u>\$ 30.144,23</u>	<u>\$ 31.203,70</u>	<u>\$ 32.298,98</u>

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.8.2. Presupuesto de Ingresos

Tabla 58 : Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS				
Producto	Años del Proyecto	Unidades a Producir	Precio Unitario	Total Ingresos
	Base 2016	3607		
Camisas en tela jean ecológica para hombre	Año 1 (2017)	3657	\$22,73	\$ 83.133,28
	Año 2 (2018)	3707	\$23,50	\$ 87.120,61
	Año 3 (2019)	3758	\$24,30	\$ 91.299,18
	Año 4 (2020)	3809	\$25,12	\$ 95.678,16
	Año 5 (2021)	3861	\$25,97	\$ 100.267,18

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.8.3. Estado de resultados proyectado

Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 83.133,28	\$ 87.120,61	\$ 91.299,18	\$ 95.678,16	\$ 100.267,18
Ventas	\$ 83.133,28	\$ 87.120,61	\$ 91.299,18	\$ 95.678,16	\$ 100.267,18
(-) Descuentos en Ventas	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Costos de Producción	\$ 17.075,40	\$ 17.611,96	\$ 18.166,65	\$ 18.740,09	\$ 19.332,92
(-) Insumos	\$ 886,50	\$ 916,46	\$ 947,44	\$ 979,46	\$ 1.012,57
(-) Personal de Contacto	\$ 14.537,70	\$ 15.029,08	\$ 15.537,06	\$ 16.062,21	\$ 16.605,12
(-) Mantenimiento	\$ 450,25	\$ 465,47	\$ 481,20	\$ 497,47	\$ 514,28
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95
UTILIDAD BRUTA	\$ 66.057,87	\$ 69.508,64	\$ 73.132,52	\$ 76.938,07	\$ 80.934,26
(-) Gasto de Administrativos	\$ 1.476,44	\$ 1.526,34	\$ 1.577,93	\$ 1.631,27	\$ 1.686,41
(-) Servicios Básicos	\$ 289,46	\$ 299,25	\$ 309,36	\$ 319,82	\$ 330,63
(-) Suministros de Oficina	\$ 206,76	\$ 213,75	\$ 220,97	\$ 228,44	\$ 236,16
(-) Sueldos y Salarios	\$ 636,55	\$ 658,07	\$ 680,31	\$ 703,30	\$ 727,08
GASTO XIII	\$ 74,09	\$ 76,59	\$ 79,18	\$ 81,86	\$ 84,63
GASTO XIV	\$ 50,45	\$ 52,15	\$ 53,92	\$ 55,74	\$ 57,62
FR	\$ 74,06	\$ 76,56	\$ 79,15	\$ 81,83	\$ 84,59
VACACIONES	\$ 37,04	\$ 38,30	\$ 39,59	\$ 40,93	\$ 42,31
12,15 Aporte Patronal	\$ 108,02	\$ 111,67	\$ 115,45	\$ 119,35	\$ 123,38
(-) Gastos Operativos	\$ 90,00	\$ 93,04	\$ 96,19	\$ 99,44	\$ 102,80
(-) Suministros de Limpieza	\$ 60,00	\$ 62,03	\$ 64,12	\$ 66,29	\$ 68,53

(-) Mantenimiento de Equipo	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
(-) Gasto Financieros	\$ 2.751,13	\$ 2.751,13	\$ 2.752,47	\$ 2.753,86	\$ 2.755,29
Gastos bancarios	\$ 39,70	\$ 39,70	\$ 41,04	\$ 42,43	\$ 43,86
Gasto intereses	\$ 646,43	\$ 646,43	\$ 646,43	\$ 646,43	\$ 646,43
Gasto Seguros Prestamos	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 65,00
Préstamo x Pagar	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
(-) Gasto de Ventas	\$ 5.225,70	\$ 5.402,33	\$ 5.584,93	\$ 5.773,70	\$ 5.968,85
Transporte de Producto	\$ 336,00	\$ 347,36	\$ 359,10	\$ 371,23	\$ 383,78
Sueldo Vendedor	\$ 4.889,70	\$ 5.054,97	\$ 5.225,83	\$ 5.402,46	\$ 5.585,07
Utilidad antes de impuestos	\$ 56.514,61	\$ 59.735,80	\$ 63.121,00	\$ 66.679,81	\$ 70.420,92
(-) 22% de Impuesto a la Renta	\$ 12.433,21	\$ 13.141,88	\$ 13.886,62	\$ 14.669,56	\$ 15.492,60
Utilidad después de impuesto a la Renta	\$ 44.081,39	\$ 46.593,92	\$ 49.234,38	\$ 52.010,25	\$ 54.928,32
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 6.612,21	\$ 6.989,09	\$ 7.385,16	\$ 7.801,54	\$ 8.239,25
UTILIDAD NETA	\$ 37.469,18	\$ 39.604,84	\$ 41.849,23	\$ 44.208,71	\$ 46.689,07

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.8.4. Flujo de Caja

	Flujo de Caja				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 83.133,28	\$ 87.120,61	\$ 91.299,18	\$ 95.678,16	\$ 100.267,18
(-) Costos de Producción	\$ 15.874,45	\$ 16.411,01	\$ 16.965,70	\$ 17.539,14	\$ 18.131,97
Utilidad bruta	\$ 67.258,82	\$ 70.709,59	\$ 74.333,47	\$ 78.139,02	\$ 82.135,21
(-) Gastos Administrativos	\$ 1.476,44	\$ 1.526,34	\$ 1.577,93	\$ 1.631,27	\$ 1.686,41
(-) Gastos Operativos	\$ 90,00	\$ 93,04	\$ 96,19	\$ 99,44	\$ 102,80
(-) Gasto Financieros	\$ 2.751,13	\$ 2.751,13	\$ 2.752,47	\$ 2.753,86	\$ 2.755,29
(-) Gasto de Ventas	\$ 5.225,70	\$ 5.402,33	\$ 5.584,93	\$ 5.773,70	\$ 5.968,85
(-) Cargos de depreciación y amortización	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95
(=) Utilidad antes de impuesto	\$ 56.514,61	\$ 59.735,80	\$ 63.121,00	\$ 66.679,81	\$ 70.420,92
(-) Impuesto a la renta	\$ 12.433,21	\$ 13.141,88	\$ 13.886,62	\$ 14.669,56	\$ 15.492,60
Utilidad después de impuesto	\$ 44.081,39	\$ 46.593,92	\$ 49.234,38	\$ 52.010,25	\$ 54.928,32
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 6.612,21	\$ 6.989,09	\$ 7.385,16	\$ 7.801,54	\$ 8.239,25
Utilidad neta	\$ 37.469,18	\$ 39.604,84	\$ 41.849,23	\$ 44.208,71	\$ 46.689,07
(+) Cargos de depreciación y amortización	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95	\$ 1.200,95
Imprevistos	\$ 83,13	\$ 87,12	\$ 91,30	\$ 95,68	\$ 100,27
FLUJO DE CAJA	\$ 36.185,10	\$ 38.316,77	\$ 40.556,98	\$ 42.912,08	\$ 45.387,85

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.8.5. Punto de Equilibrio

6.8.6. Punto de equilibrio en camisas jean ecológicas para hombre

Tabla 59 : Punto de Equilibrio

Precio	DPIR	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
\$ 22,73	0	\$ -	\$22.506,32	\$ -	\$ 22.506,32
\$ 22,73	3.657	\$ 83.121,35	\$22.506,32	\$25.508,89	\$ 48.015,20
\$ 22,73	3.657	\$ 83.121,35	\$22.506,32	\$25.508,89	\$ 48.015,20
\$ 22,73	3.657	\$ 83.121,35	\$22.506,32	\$25.508,89	\$ 48.015,20
\$ 22,73	3.657	\$ 83.121,35	\$22.506,32	\$25.508,89	\$ 48.015,20

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

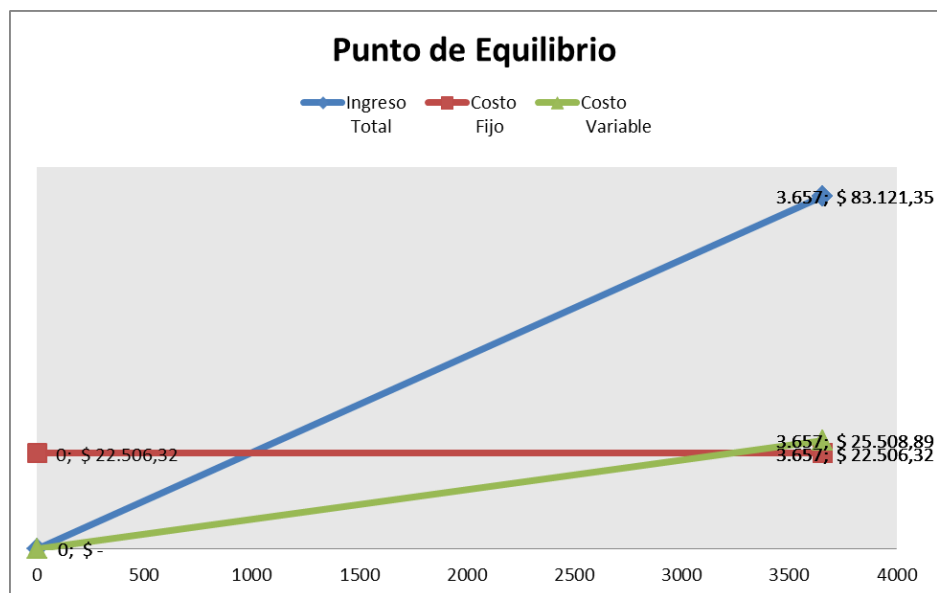
Tabla 60 : Punto de Equilibrio, Costos

Descripción	\$	Productos
Costo Fijo	\$ 22.506,32	\$ 22.506,32
Costo Variable	\$ 25.508,89	\$ 6,98
Ventas	\$ 83.133,28	\$ 22,73
Dividendo	\$ 0,69	
Punto de Equi.	\$ 32.469,30	1.428,57

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Gráfico 14: Punto de Equilibrio



ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

6.8.6. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto (TMAR)

Cuando se realiza una inversión financiera, el aportante del recurso capital siempre espera una tasa mínima de retorno invertir, un valor asociado al riesgo de pérdida de inversión , una tasa llamada Tmar , (Peterson Vèjar, 2001).

Tabla 61 : Calculo del Tmar 1

Fuente de Financiamiento	Porcentaje de Aportación	Tmar	Ponderación
Capital propio	0,5781	0,1908	0,1103
Institución financiera	0,4219	0,0909	0,0383
SUMATORIA			0,1486

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

El Tmar global mixto 1 de nuestro proyecto es de 14,86% siendo el porcentaje la tasa que será ofrecida a los financistas externos interesados en invertir en nuestro proyecto.

Tabla 62 : Calculo del Tmar 2

Fuente de Financiamiento	Porcentaje de Aportación	Tmar	Ponderación
Capital propio	0,5781	0,2246	0,1298
Institución financiera	0,4219	0,0909	0,0383
SUMATORIA			0,1682

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

El cálculo del Tmar sirve para el posterior cálculo del VAN 1 Y VAN 2.

6.8.7. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto o conocido como (VAN) , consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de flujos de beneficio y el valor, también actualizado , de las inversiones y otros egresos en efectivo que tiene la empresa.

Su fórmula para el cálculo es la siguiente:

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

En donde:

I_o = Inversión inicial

1 = Constante

i = Tmar Global Mixto 1 / 2

FNE = Flujo Neto de Efectivo

Calculo VAN 1:

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

$$VAN 1 = -23.704,42 + \frac{36185,09991}{(1+0,1486)^1} + \frac{38316,76522}{(1+0,1486)^2} + \frac{40556,97617}{(1+0,1486)^3} \\ + \frac{42912,0843}{(1+0,1486)^4} + \frac{45387,85224}{(1+0,1486)^5}$$

$$VAN 1 = \$110954,25$$

Una vez determinado todos los valores percibidos por ingresos , además de los egresos que en nuestro proyecto significara , se ha obtenido un VAN positivo y podemos decir que el proyecto de la línea de camisas jean ecológicas para hombre es rentable durante los 5 años de duración y además se obtendrá una ganancia económica de \$110.954,25.

Calculo VAN 2:

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

$$\text{VAN 2} = -23.704,42 + \frac{36185,09991}{(1 + 0,1682)^1} + \frac{38316,76522}{(1 + 0,1682)^2} + \frac{40556,97617}{(1 + 0,1682)^3} \\ + \frac{42912,0843}{(1 + 0,1682)^4} + \frac{45387,85224}{(1 + 0,1682)^5}$$

$$\text{VAN 2} = \$ 104.698,79$$

El cálculo del VAN2 se realiza para cálculos posteriores de la Tasa Interna de retorno (TIR).

6.9. Indicadores Financieros

6.9.1. Índices de Liquidez

Estos indicadores financieros nos permiten demostrar la capacidad de la empresa de resolver sus obligaciones en un corto plazo, a la medida que estas van venciendo, (Briseño Ramirez, 2006).

6.9.1.1. Liquidez corriente

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$ 14.124,04}{\$ 5.649,61}$$

$$\text{Liquidez corriente} = 2,50$$

Análisis:

Por cada dólar que la empresa adeude contara con \$ 2 ,50 para cubrir sus deudas a corto plazo de manera inmediata con un riesgo menor casi nulo de que estas resulten impagas.

6.9.1.2. Razón Prueba acida

$$\begin{aligned} \text{Razon Prueba Acida} &= \frac{\$ 14.124,04 - \text{Inventarios}}{\$ 5.649,61} \\ \text{Razon Prueba Acida} &= \frac{\$ 15.499,15 - \$ 2.232,38}{\$ 6.199,66} \\ \text{Razon Prueba Acida} &= 2,10 \end{aligned}$$

Análisis:

Por cada dólar que la empresa adeuda por el proyecto de la línea de camisas jean ecológicas contara con \$ 2,10 para recurrir al pago de sus deudas a corto plazo sin recurrir a la venta de sus inventarios.

6.9.2. Índices de solvencia

Nos ayudan a medir el grado en el que los proveedores intervienen dentro del financiamiento del proyecto, medimos también el riesgo que tiene la empresa y sus acreedores en cada transacción que podremos realizar, (Briseño Ramirez, 2006).

6.9.2.1. Endeudamiento del activo

$$\begin{aligned} \text{Endeudamiento del activo} &= \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} \\ \text{Endeudamiento del activo} &= \frac{\$ 15.649,61}{\$ 28.128,09} \\ \text{Endeudamiento del activo} &= 0,56 \end{aligned}$$

Análisis:

La línea de camisas jean ecológicas presenta un alto grado de independencia frente a los acreedores pues su capacidad de endeudamiento es limitada.

6.9.2.2. Endeudamiento del patrimonio

$$\begin{aligned}\text{Endeudamiento del patrimonio} &= \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}} \\ \text{Endeudamiento del patrimonio} &= \frac{\$ 15.649,61}{\$ 12.478,47} \\ \text{Endeudamiento del patrimonio} &= 1,25\end{aligned}$$

Análisis:

El patrimonio de nuestra empresa es altamente independiente sobre las deudas a corto plazo que tenga la empresa.

6.9.2.3. Endeudamiento del activo fijo

$$\begin{aligned}\text{Endeudamiento del activo fijo} &= \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo}} \\ \text{Endeudamiento del activo fijo} &= \frac{\$ 12.478,47}{\$ 11.730,00} \\ \text{Endeudamiento del activo fijo} &= 1,06\end{aligned}$$

Análisis:

Podemos decir que aunque el proyecto tiene financiamiento externo no representa un riesgo sobre nuestros activos fijos.

6.9.2.4. Apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\$ 28.128,09}{\$ 12.478,47}$$

$$\text{Apalancamiento} = 2,25$$

6.9.3. Índices de Gestión

Los índices de gestión permitirán a la empresa medir su eficiencia durante el uso de los recursos con los que cuenta la misa , midiendo así el nivel de rotación que tienen las cuentas del activo fijo , así como la capacidad de recuperación de los créditos y el pago a sus acreedores , (Briseño Ramirez, 2006).

6.9.3.1. Rotación de cartera

$$\text{Rotacion de cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

$$\text{Rotacion de cartera} = \frac{\$ 83.133,28}{\$ 10.391,66}$$

$$\text{Rotacion de cartera} = 8$$

Análisis:

El número de cuentas por cobrar serán de 8, durante un año.

6.9.3.2. Rotación de activo fijo

$$\begin{aligned}\text{Rotación de activo fijo} &= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}} \\ \text{Rotación de activo fijo} &= \frac{\$ 83.133,28}{\$ 11.730,00} \\ \text{Rotación de activo fijo} &= 7,09\end{aligned}$$

Análisis:

El 7,09 veces es la capacidad de utilizar el capital en activos fijos.

6.9.3.3. Rotación de ventas

$$\begin{aligned}\text{Rotación de ventas} &= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} \\ \text{Rotación de ventas} &= \frac{\$ 83.133,28}{\$ 28.128,09} \\ \text{Rotación de ventas} &= 2,96 \text{ veces}\end{aligned}$$

Análisis:

6.9.3.4. Rentabilidad neta en ventas

$$\begin{aligned}\text{Rentabilidad neta en ventas} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \\ \text{Rentabilidad neta en ventas} &= \frac{\$ 37.469,18}{\$ 83.133,28} \\ \text{Rentabilidad neta en ventas} &= 0,45\end{aligned}$$

Análisis:

Por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad del 45% para el año 2017.

6.9.3.5. Rentabilidad operacional del patrimonio

$$\begin{aligned} & \text{Rentabilidad operacional del patrimonio} \\ & = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Patrimonio}} \\ & \text{Rentabilidad operacional del patrimonio} \\ & = \frac{\$ 66.057,87}{\$ 12.478,47} \\ & \text{Rentabilidad operacional del patrimonio} = 5,29 \end{aligned}$$

Análisis:

Por cada dólar que la línea de camisas ecológicas para hombre, genera un rendimiento del 5,29% sobre el patrimonio.

6.9.4. Tasa beneficio costo

El análisis costo beneficio nos permitirá medir la relación de los beneficios obtenidos frente a los costos asociados al proyecto de inversión con el fin de poder evaluar la rentabilidad de la empresa, (Baca Urbina, 2010).

Para el cálculo de tasa proyectamos los gastos y costos del proyecto que sumados nos darán el total que empresa desembolsara para el proyecto durante los 5 años, frente a los ingresos que obtendrá en el mismo lapso de tiempo.

Tabla 63 : Gastos Proyectados Totales

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos	\$	\$	\$	\$	\$
Administrativos	67.258,82	70.709,59	74.333,47	78.139,02	82.135,21
Gastos Operativos	\$	\$	\$	\$	\$
	90,00	93,04	96,19	99,44	102,80
Gastos Financieros	\$	\$	\$	\$	\$
	2.751,13	2.751,13	2.752,47	2.753,86	2.755,29
Gastos de Ventas	\$	\$	\$	\$	\$
	5.225,70	5.402,33	5.584,93	5.773,70	5.968,85
Total Gastos			\$ 414.776,97.		

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

La suma de gastos proyectados durante los 5 años de vida útil del proyecto es un total de \$ 414.776,97.

Tabla 64 : Costos Proyectados Totales

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de Producción	\$ 17.075,40	\$ 17.611,96	\$ 18.166,65	\$ 18.740,09	\$ 19.332,92
Total Costos	\$ 90.927,03				

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

La suma de costos de producción proyectados durante los 5 años de vida útil del proyecto es un total de \$ 90.927,03.

Tabla 65 : Ingresos Proyectados Totales

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 83.133,28	\$ 87.120,61	\$ 91.299,18	\$ 95.678,16	\$ 100.267,18
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	\$457.498,41				

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

La suma de ingresos proyectados durante los 5 años de vida útil del proyecto es un total de \$457.498,41.

Calculo tasa costo beneficio:

Tabla 66 : Calculo Tasa Costo Beneficio

Total de Gastos 5 años del proyecto =	\$ 414.776,97
Total de Costos 5 años del proyecto =	\$ 90.927,03
Costo : (Gastos + Costos) =	\$ 505.704,00
Beneficio : Ingresos =	\$ 457.498,41.
<u>Tasa Costo/Beneficio =</u>	<u>1,11</u>

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Análisis:

Por cada dólar invertido en nuestro proyecto obtendremos un beneficio de \$ 1,11 centavos de dólar.

6.9.5. Periodo recuperación de la Inversión (PRI)

El (PRI) , es un instrumento que nos permite medir el plazo del tiempo que la empresa requiere para que sus flujos de efectivo de la inversión recuperen sus costos o su inversión inicial, (Baca Urbina, 2010).

Se toman en cuenta para su cálculo la inversión inicial, la sumatoria de los flujos netos de efectivo de la duración del proyecto y el número de años del mismo.

Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$PRI = \frac{I_o}{\frac{\Sigma FNE}{\# \text{ AÑOS}}}$$
$$PRI = \frac{\$ 23704,42}{\frac{\$203358,77}{5 \text{ AÑOS}}}$$
$$PRI = 0,58$$
$$PRI = 6 \text{ meses , } 28 \text{ dias .}$$

$$PRI = 0,58 \leq 5$$

Análisis:

La recuperación de la inversión será en un plazo de 6 meses, y 28 días desde que se empiece con la producción de nuestra nueva línea de camisas ecológicas jean para hombres.

6.9.6. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es el rendimiento futuro esperado por la inversión realizada en el proyecto, también es utilizada como un indicador de rentabilidad pues a mayor TIR , mayor rentabilidad, (Briseño Ramirez, 2006).

Para el cálculo de la TIR se toma en cuenta el TMAR1 , TMAR 2 , VAN1 y el VAN2.

Formula y calculo:

$$TIR = Tmar1 + (Tmar2 - Tmar1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

$$TIR = 0,1486 + (0,1682 - 0,1486) \frac{\$ 158363,09}{\$ 110.954,25 - \$ 104.698,79}$$

$$TIR = 0,4952$$

$$TIR = 49,52\%$$

Análisis:

Al cabo de los 5 años de nuestro proyecto se obtiene un rendimiento de por el dinero invertido por un 64,33%, por lo cual es viable invertir, aceptamos nuestra TIR al ser mayor a nuestra Tmar.

6.9.7. Análisis de Sensibilidad

Con el análisis de sensibilidad podremos evaluar como el cambio de una de las variables del proyecto nos dan a conocer una señal especifica de interés , siendo de esta manera un análisis muy útil al momento de toma de decisiones dentro de una empresa u organización, (Baca Urbina, 2010).

Podemos valorar en el Análisis de Sensibilidad que el proyecto tendrá en tres escenarios posibles, el escenario base , el escenario optimista y el escenario pesimista , donde para el escenario optimista se ha establecido una tasa de descuento e incremento del 10% y para el escenario pesimista una tasa de descuento e incremento del 15%.

El escenario base es el resultado más probable que tendremos en el proyecto a emprender.

El Análisis de Sensibilidad, fue calculado mediante los ingresos generados en cada escenario por las ventas restados de la suma que generan la Inversión Inicial, así como los gastos administrativos, gastos operativos , gastos financieros , gastos de

ventas y costos de producción.

Tabla 67 : Escenarios del Proyecto, Análisis de Sensibilidad.

ESCENARIOS			
Rubros	Base	Optimista	Pesimista
Ventas	\$ 83.133,28	\$ 91.446,61	\$ 70.663,29
Gastos Administrativos	\$ 1.476,44	\$ 1.624,08	\$ 1.254,97
Gastos Operativos	\$ 90,00	\$ 99,00	\$ 76,50
Gastos Financieros	\$ 2.751,13	\$ 3.026,24	\$ 2.338,46
Gastos de Ventas	\$ 5.225,70	\$ 5.748,27	\$ 4.441,85
Costos de Producción	\$ 17.075,40	\$ 18.782,95	\$ 14.514,09
Inversión	\$ 24.504,52	\$ 26.954,98	\$ 20.828,85

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Tabla 68 : Escenarios del Proyecto

Escenario	Valor
Optimista	\$ 35.211,09
Base	\$ 32.010,08
Pesimista	\$ 27.208,57

ELABORADO POR: Sebastian Flores

FUENTE: Investigación directa

Análisis: Los resultados son favorables en cada escenario para el proyecto de camisas jean ecológicas.

CAPITULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.Conclusiones

- En el estudio de mercado podemos determinar que la demanda insatisfecha del proyecto fue dirigida a la población masculina de la provincia de Tungurahua, en una edad comprendida entre 20 a 39 años, donde aspectos como sus niveles de ingresos en su mayoría no inferiores a los \$ 500,00 mensuales , y su nivel de aceptación al producto innovador de un 81% demostrado en las encuestas realizadas , nos da como conclusión que la demanda de nuestro producto será satisfecha.
- En el estudio técnico realizado encontramos los recursos humanos y materiales que serán necesarios para la ejecución de nuestro proyecto, donde mediante un análisis minucioso de los mismos se pudo determinar los costos y gastos en los que la empresa incurrirá en el proyecto.
- En el estudio técnico y el organizacional de la empresa reflejamos el tanto la capacidad de producción que tendrá nuestro proyecto con el personal que ya labora en las instalaciones de la empresa actualmente fabricando prendas jean , así como también el personal involucrado directa e indirectamente con la línea nueva de producción de camisas jean ecológicas para hombre
- En el estudio financiero del presente proyecto quedo demostrado que la creación de una línea de camisas jean ecológicas de la empresa American Jeans, es viable y además será rentable durante la vida del proyecto, pues indicadores como él (PRI, TIR, VAN, TASA COSTO/BENEFICIO), han demostrado un promedio rápido de tiempo de recuperación de la inversión así como una tasa atractiva de retorno de la misma y una rentabilidad generosa para la empresa.

7.2.Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa American Jeans implementar nuevas líneas de producción con investigaciones previas como esta que han permitido satisfacer una demanda insatisfecha que nunca ha sido cubierta por la empresa dentro de la Provincia de Tungurahua , pues sus líneas actuales han sido para satisfacer otros mercados locales , con la creación de nuevas líneas la empresa podrá ir creciendo paulatinamente en el mercado local e ir siendo un referente a nivel de provincia.
- Se recomienda ampliar el estudio del presente proyecto a las ciudades donde la empresa ha ido ganando espacio (Guayaquil , Puyo) gracias a sus potenciales clientes como las cadenas de ropa Súper Éxito en la región Costa y su principal tienda de ropa American Jeans Puyo ubicada en la región Oriente , con el fin de satisfacer una probable demanda insatisfecha en dichas regiones del país.
- Se recomienda realizar permanentemente los indicadores financieros dentro de la empresa para analizar la situación financiera de la empresa en tiempos reales que permitan tomar decisiones adecuadas en los momentos correctos.

Bibliografía

- (MIPRO), M. d. (2013). *Ministerio de Industrias y Productividad* . Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/mcpec-magap-y-mipro-lideran-campana-primero-ecuador-que-incentiva-a-consumir-productos-nacionales/>
- Agencia Iberoamericana para la Difusion de la Ciencia y Tecnologia. (s.f.). *dicyt*. (Agencia Dicyt Directora: Ana Victoria Pérez) Recuperado el 2016, de Agencia de Noticias para la divulgación de la Ciencia y Tecnología del Instituto ECYT de la Universidad de Salamanca: <http://www.dicyt.com/noticias/cuanto-contamina-una-botella-de-plastico>
- Águeda Esteban, T., & Molida Collado, A. (2014). *Investigación de Mercado*. Madrid: ESIC.
- Alasino, C. (2011). Inversión, impuestos y tarifas en el sector eléctrico argentino: 1990-2010. En C. Alasino, *Inversión, impuestos y tarifas en el sector eléctrico argentino: 1990-2010* (pág. 87). Argentina: TESEO.
- Amat, J. (2013). Control 2.0 Una nueva perspectiva del control de gestión menos financiera y más cualitativa. En J. Amat, *Control 2.0 Una nueva perspectiva del control de gestión menos financiera y más cualitativa* (pág. 147). Barcelona: Profit.
- Argente, J. (2010). *Guía del impuesto sobre la renta de las personas físicas*. España: CISS.
- Asensio, d. A., & Vásquez, B. (2013). Simulación empresarial. En d. A. Asensio, & B. Vásquez, *Simulación empresarial* (pág. 131). España: Paraninfo.
- Ávila M., J. J. (2006). Economía. En M. J. Ávila, *Economía* (pág. 45). México: Umbral.
- Ayala, E. (1989). *Nueva historia del Ecuador: Epoca colonial III*. Corporación Editora Nacional.
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de proyectos. En G. Baca Urbina, *Evaluación de proyectos* (Sexta ed., pág. 86). México: McGraw-Hill.
- Black, P. H. (2006). Administración. En P. H. Black, *Administración* (pág. 170). México: Pearson Educación.
- Bonta , P., & Farber , M. (2002). *199 Preguntas sobre marketing y publicidad*. (A. Bernal , Ed.) Bogotá, Colombia.

- Brachfield, P. (2015). Vende a crédito y cobrar sin impagados. En P. Brachfield, *Vende a crédito y cobrar sin impagados* (pág. 26). Barcelona: PROFIT.
- Briseño Ramirez, H. (2006). *INDICADORES FINANCIEROS FACILMENTE EXPLICADOS* (2006 ed.). Zapopan, Jalisco, México: Umbral Editorial, S.A. de C.V.
- Caballero, E., & López, J. (2013). Demanda efectiva y distribución en la evolución reciente de la economía mexicana. *Scielo*, 15.
- Caguana, M. A. (2013). Proyectos socioproductivos [Material de clase]. Ambato, Tungurahua: Universidad Técnica de Ambato.
- Calvo Prieto, J. M., Robledo de Dios, T., & Martínez del Fresno, J. (2011). *Auxiliares Administrativos de la Universidad Carlos III de Madrid*. Madrid: Editorial Mad, S.L.
- Celero, C., Moraga, M. Á., & Piattini, M. G. (2010). Calidad del producto y proceso software. En C. Celero, M. Á. Moraga, & M. G. Piattini, *Calidad del producto y proceso software* (pág. 73). Madrid: RA-MA.
- cocogum. (2016). *cocogum*. Obtenido de cocogum: <http://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html>
- Cohen, M. (2010). *El comportamiento del consumidor. Quiénes son, por qué compran y cómo se puede anticipar cada uno de sus movimientos*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Consejo Nacional de Planificación. (2013 - 2017). *Plan Nacional de Desarrollo/ Plan Nacional para el Buen Vivir*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo;. Quito: Senplades. Recuperado el 28 de Diciembre de 2015, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Consejo Sectorial de la Producción. (2010 - 2013). *Agenda para la transformación productiva*. Quito: MCPEC.
- Cuatrecasas Arbós, L. (2012). Gestión de la Producción Modelos. Lean management. En *Organización de la Producción y Dirección de Operaciones* (pág. 76). Madrid: Diaz de Santos.
- David, R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica* (Novena ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- De Jaime E., J. (2015). Finanzas para el marketing y las ventas. En J. De Jaime E., *Finanzas para el marketing y las ventas* (pág. 231). Madrid: Esic.

- De Jaime Eslava, J. (2010). Las claves de análisis económico-financiero de la empresa. En J. De Jaime Eslava, *Las claves de análisis económico-financiero de la empresa* (pág. 79). Madrid: ESIC.
- Departamento de Investigaciones Agrícolas. (1980). *Manual de publicaciones de investigacion*. Santo Domingo: Secretaría de Estado de Agricultura.
- Díaz de Rada, V. (2001). Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial. Madrid: ESIC.
- Drucker, P. (1954). *The Practice of Managment*. Harper and Row Publishers.
- El Comercio. (04 de Noviembre de 2013). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/boutiques-perros-son-negocio-alza.html>
- El Universo. (03 de Noviembre de 2011). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/11/03/1/1356/ecuador-gasta-40-millones-alimentar-sus-mascotas.html>
- Emprendedores. (2012). El negocio de las mascotas - PET SHOP. *MyMEmprenndimientos.com*, 1.
- Erossa M., V. E. (2004). Proyectos de Inversión en ingeniería. En V. E. Erossa M., *Proyectos de Inversión en ingeniería* (pág. 178). México: LIMUSA.
- Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades, U. (2012). OBTENCION DE FIBRAS DE POLIESTER A PARTIR DE BOTELLAS DE PET. *OBTENCION DE FIBRAS DE POLIESTER A PARTIR DE BOTELLAS DE PET*, 17.
- Espino , C., & Pena, D. (2012). Las radios universitarias, más allá de la radio. En C. Espino, & D. Pena, *Las radios universitarias, más allá de la radio* (pág. 38). Barcelona: UOC.
- Fermin, P. (1873). *Resumen de la historia del Ecuador desde su orijen hasta 1845, Volumen 6*. Lima: De Guzman.
- Férrnandez I., M. Á. (2010). Finanzas sostenibles. En M. Á. Férrnandez I., *Finanzas sostenibles* (pág. 287). Madrid: Netbiblo.
- Fischer , L., & Espejo , J. (2011). *Mercadotecnia;Cuarta edicion*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- Formichella, M. (1 de Abril de 2014). *Universidad Nacional de Quilmes*. Obtenido de <http://www.unq.edu.ar/>

[http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersion Final.pdf](http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf)

- Franlikn Fincowsky, E. B. (2010). *Organización de Empresa*. México: Mc Graw Hill.
- Fullana B., C., & Paredes O., J. (2008). Manual de contabilidad de costes. En C. Fullana B., & J. L. Paredes O., *Manual de contabilidad de costes* (pág. 131). Madrid: Delta.
- Fullana B., C., & Paredes O., J. (2008). Manual de Contabilidad de Costes. En C. Fullana B., & J. Paredes O., *Manual de Contabilidad de Costes* (pág. 98). Madrid: DELTA.
- Gabriel Soto, R. (2011). *Introducción a la Teoría Monetaria*. Costa Rica: EUED.
- Gerencie. (1 de abril de 2014). *Gerencie*. Obtenido de www.gerencie.com: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Gil Estallo , M. D., & de la Fuente , F. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa* (Séptima ed.). Madrid: Esic.
- Gómez J., J. (2015). Punto de Equilibrio. En J. Gómez J., *Punto de Equilibrio* (pág. 88). Madrid: ATRIA.
- González, L. A. (2005). *Diseño, elabore y presente sus informes de investigación* . Cali: Pontificia Universidad Javeriana.
- Grande, E. (2010). Marketing de los servicios. México: ESIC.
- Gúzman Vásquez, A., Gúzman Vásquez, D., & Romero Cifuentes , T. (2005). CONTABILIDAD FINANCIERA. En *CONTABILIDAD FINANCIERA* (Vol. i, págs. 68-70). Bogota D.C.: Centro Editorial de la Universidad de Rosario.
- Herrscher, E. G. (2009). Administración aprender y actuar. Managment sistémico para actuar. En E. G. Herrscher, *Administración aprender y actuar. Managment sistémico para actuar* (pág. 89). México: Granica.
- Horgren, C., Sundem, G., & Strotton, W. (2006). Contabilidad Administrativa. En C. Horgren, G. Sundem, & W. Strotton, *Contabilidad Administrativa* (pág. 48). México: Pearson Educación.
- Horne, V., James, C., & Jhon, W. (202). Fundamentos de Admiinistración Financiera. En V. Horne, C. James, & W. Jhon, *Fundamentos de Admiinistración Financiera* (pág. 87). México: Pearson Educación.
- Horngren , C., Datar, S., & Foster, G. (2007). Contabilidad de Costos. En C.

- Horngren, S. Datar, & G. Foster, *Contabilidad de Costos* (pág. 192). México: Pearson Educación.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Elliot, J. A. (2011). Introducción a la contabilidad financiera. En C. T. Horngren, G. L. Sundem, & J. A. Elliot, *Introducción a la contabilidad financiera* (Séptima ed., pág. 281). México: Pearson Educación.
- Horngren, Sundem, & Elliott. (2000). Introducción a la Contabilidad Financiera. En Horngren, Sundem, & Elliott, *Introducción a la Contabilidad Financiera* (pág. 178). México: Pearson Educación.
- <http://www.andes.info.ec/>. (19 de 04 de 2016). *Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/>
- Huertas, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona: UBe.
- Inec. (16 de Octubre de 2012). *Ecuador en cifras*. Obtenido de [ecuadorencifras.gob.ec:](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/) <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>
- Irarrázabal C., A. (2010). Contabilidad fundamentos y usos. En Aníbal Irarrázabal C., *Contabilidad fundamentos y usos* (pág. 287). Santiago de Chile: Ediciones Suc.
- Keith, J. (2011). *El enfoque del marco logico*. Mexico: ESIC.
- Keith, J. (2011). El enfoque del marco lógico. En J. Keith, *El enfoque del marco lógico* (pág. 89). México: ESIC.
- Kennedy, D. D. (2007). *Redactar y Utilizar Resultados de Aprendizaje*. Irlanda: University College Cork.
- Koch, J. (2000). Manual del empresario exitoso. En J. Koch, *Manual del empresario exitoso* (pág. 150).
- Kotler , P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing*. Mexico : Pearson Educacion .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decimo primera ed.). Mexico: Pearson Educacion , Inc.
- Lamb , C. W., Jr.Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (Vol. 11 e). Mexico D.F., Mexico : Cengage Learning Editores ,S.A.
- Lamb , C., Jr., J., & McDaniel , C. (2011). *Marketing 11e* (Decimo primera ed.). Mexico: Cengage Learning Editores , S.A.

- Lara D., B. (2014). Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso. En B. Lara D., *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso* (pág. 79). Quito: Oseas Espín.
- Lideres, R. (2015). jeans hechos de botellas. *Revista Lideres*, 1.
- Llamas, A. C. (2009). Marketing y Gestión de la Calidad Turística. En A. C. Llamas, *Marketing y Gestión de la Calidad Turística* (pág. 74). Madrid: Liber Factory.
- Magretta, J. (80). Why Business Models Matter. *Harvard Business Review*, 86-92.
- Maldonado Arias , F. (2006). FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS. En *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS* (págs. 41-42). Cuenca.
- Mansilla Pérez, L., & Ruiz Ruiz, M. (2009). Reciclaje de botellas de PET para obtener fibra de poliéster . (U. d. Lima, Ed.) *Recycling PET bottles to obtain polyester staple fibre , num 27*, pp. 123-137 .
- Mauleón M. (2012). Logística y Costos. Madrid: Díaz de Santos.
- Mendoza Roca , C., & Ortiz Tovar , O. (2016). *CONTABILIDAD FINANCIERA PARA CONTADURIA Y ADMINISTRACION* (Vol. II). Barranquilla , Colombia : Editorial Universidad del Norte .
- Meza Orozco, J. d. (2013). Evaluación financiera de proyectos. En J. d. Meza Orozco, *Evaluación financiera de proyectos* (pág. 96). Bogotá: Ecoe.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (12 de 12 de 2015). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad: <http://www.industrias.gob.ec/>
- Miranda, J. J. (2005). Gestión de Proyectos. En J. J. Miranda, *Gestión de Proyectos* (pág. 152). Bogotá: MM Editores.
- Molinillo Jiménez, S. (2014). Distribución Comercial Aplicada. Madrid: ESIC.
- Muñiz, L. (2011). Confeccionar y controlar presupuestos y previsiones de tesorería con excel. En L. Muñiz, *Confeccionar y controlar presupuestos y previsiones de tesorería con excel* (pág. 67). Barcelona: PROFIT.
- Nettleton, D. (2012). Técnicas para el análisis de datos clínicos. En D. Nettleton, *Técnicas para el análisis de datos clínicos* (pág. 258). Madrid: Diaz de Santos.
- novastitch. (2016). <http://novastitch.com/>. Obtenido de <http://novastitch.com/>:



<http://novastitch.com/producto>

- Olle , M., Planellas , M., Molina , J., Torres , D., Alfonso M., J., Husenman, S., . . .
Mur , I. (1997). *El plan de la empresa ; Como planificar la creacion de una empresa*. Barcelona: Marcombo ; BOIXAREU EDITORES.
- Parkin, M. (2007). *Macroeconomia;Septima edicion*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Perez del Campo , E., Castro Analuiza, J., Aldas Cordova, V., Quisimalin , S. M., & Gavilanes Moreno, K. (2013). *Mercadotecnia , Fundamentos de Direccion Comercial y Marketing* (Primera Edicion ed.). Riobamba: Editext.
- Peterson Vèjar, G. (2001). *Contabilidad de costos por procesos*. (L. E. Gomez, Ed.) Baja California: Mexicali, B.C.,MÈXICO.
- PRO ECUADOR. (2012). *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones*.
- Rico, M. (2012). Fundamentos empresariales. En M. Rico, *Fundamentos empresariales* (pág. 215). Madrid: ESIC.
- Ricón Soto, C. A. (2011). Costos para Pyme. En C. A. Ricón Soto, *Costos para Pyme* (pág. 85). Bogotá: Ecoe.
- Rios, J. (2013). Economía y Financiamiento de la Salud. En J. Rios, *Economía y Financiamiento de la Salud* (pág. 145). Argentina: Dunken.
- Rocafort, A., & Ferrer, V. (2010). Contabilidad de Costes. En A. Rocafort, & V. Ferrer, *Rocafort, Alfredo; Ferrer, Vicent* (pág. 95). Barcelona: Profit.
- Rodríguez A., I., Montes, A., Lopez P., G., & Maraver T., G. O. (2011). Principios y estrategias de marketing. En I. Rodríguez A., A. Montes, G. Lopez P., & G. O. Maraver T., *Principios y estrategias de marketing* (pág. 374). Barcelona: UOC.
- Rodriguez H., R. (2009). *Comercialización con Canales de Distribución* (Vol. I). STRUO Ediciones.
- Rosales O., J. (2000). Elementos de Microeconomía. En J. Rosales O., *Elementos de Microeconomía* (pág. 25). EUNED.
- S.L., P. V. (2011). FINANZAS PARA NO FINANCIEROS. *Direccion y Gestion de Empresas*, 157.
- Sánchez M., J. (2013). Indicadores de gestión empresarial. En J. Sánchez M., *Indicadores de gestión empresarial* (pág. 17). México: Palibrio.
- Sapag Chaín, N. (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. En N.

- Sapag Chaín, *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación* (pág. 158). México: Pearson Educación .
- Sapag. Ch., N. (2007). Proyectos de inversión. Formulación y evaluación. En N. Sapag. Ch., *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación* (pág. 221). México: Pearson Educaión.
- Serna G., H. (2011). Gerencia estratégica. En H. Serna G., *Gerencia estratégica* (pág. 132). Bogotá: Editoriales Santa fé.
- Sinisterra V., G. (2006). Contabilidad de costos. En G. Sinisterra V., *Contabilidad de costos* (pág. 89). México: Ecoe.
- Stern , L., El-Ansary , A., Couhlan, A., & Cruz , I. (1999). *Canales de comercializacion;Quinta edicion* (Quinta ed.). Madrid : Prentice Hall .
- Sulser V., R. A., & Pedroza E., , J. (2004). Exportaciòn efectiva. En R. A. Sulser Va., & , J. Pedroza E., *Exportaciòn efectiva* (pág. 74). México: ISEF.
- Tarodo Pisonero, C., & Sánchez Estella, Ó. (2012). Gestión Contable. En C. Tarodo Pisonero, *Gestión Contable* (pág. 94). España: Paraninfo S.A.
- Tu definicion ABC* . (27 de 10 de 2013). Obtenido de Tu definicion ABC : <http://www.definicionabc.com/economia/per-capita.php>
- Vainrub, R. (1996). Nacimiento de una empresa. En R. Vainrub, *Nacimiento de una empresa* (pág. 49). Caracas: UCAB.

ANEXOS

Anexo I: Encuesta

		UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS			
<i>Poblacion Economicamente Activa Masculina comprendida entre la edad de 20/39 años</i>					
OBJETIVO: Conocer la aceptacion de la creacion de la nueva linea de camisas para hombre en tela jean ecologica.					
INSTRUCTIVO: Lea detenidamente las preguntas y seleccione el casillero a su criterio con una X .					
<u>Fecha:</u>		<u>Lugar:</u>		<u>Edad:</u>	
Pregunta No. 1 ¿Le gustan las camisas en tela jean?					
Si					
NO					
Pregunta No. 2 ¿Utilizaría una camisa en tela jean ecológica?					
Si					
NO					
Pregunta No. 3 ¿Qué es lo que más priorizas al momento de elegir camisas?					
Diseño					
Calidad					
Precio					
Pregunta No. 4 ¿Qué tipo de diseño le gustaría adquirir en una camisa de tela jean?					
Con desgastes o ligeros rotos (Desgastes en los codos)					
Con materiales extras (Cuero en los bolsillos , dijes, hilos de colores)					
Sin ningún diseño extra , solo sencilla y sobria					
Pregunta No. 5 ¿Cuál de los siguientes colores le agradaría para adquirir nuestro producto?					
Azul					
Celeste					
Blanco					
Gris					
Pregunta No. 6 ¿Cuál es la talla de camisa que usa?					
Small					
Medium					
Large					
Extra Large					
Pregunta No. 7 ¿Cuál de las siguientes marcas de camisas Ud. ha adquirido al menos una vez?					
Pinto					
Energy Denim					
Camisería Inglesa					
Ninguna de las anteriores					
Pregunta No. 8¿Cuál es la frecuencia con la Ud. utiliza camisas en tela jean?					
Una vez a la semana					
Una vez al mes					
Prefiere utilizar otro vestuario					

Pregunta No. 9 ¿Con que frecuencia usted adquirirá las camisas en tela ecológica?		
Bimestral		
Trimestral		
Semestral		
Anual		
Pregunta No. 10 ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?		
366 USD a 499 USD		
500 USD a 649 USD		
650 USD a 800 USD		
801 USD o más		
Pregunta No. 11 ¿Cuánto dinero gastas en ropa al mes?		
Menos de 100 dólares		
Entre 100 a 200 dólares		
Entre 201 a 300 dólares		
Más de 300 dólares		
Pregunta No. 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa en tela jean ecológica?		
Entre 30 a 35 dólares		
Entre 36 a 41 dólares		
Más de 42 dólares		
Pregunta No.13 ¿Dónde prefiere adquirir nuestro producto?		
Directo del Fabricante		
Tiendas de Ropa de la ciudad		
Pregunta No. 14 ¿En qué lugar de la ciudad le gustaría encontrar nuestro producto?		
Centro de la ciudad (Av. Cevallos y Av. Simón Bolívar)		
Zona sur de la ciudad (Huachi chico, Av. Atahualpa)		
Sector Centro y Norte (Ficoa, Izamba)		
Pregunta No. 15 ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información de nuestros productos?		
Redes Sociales		
Estaciones de radio de la ciudad		
Vallas publicitarias		
Tv		
Telefonía móvil		

Pregunta No. 1 ¿Le gustan las camisas en tela jean?

Pregunta No. 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	316	82,7	82,7	82,7
No	66	17,3	17,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el grafico de la pregunta no. 1 ¿Le gustan las camisas en tela jean? , un 82,7% si le gustan las camisas en tela jean, frente a un 17,3 % que no le gusta este tipo de prendas de vestir.

Análisis:

El gusto por las camisas de tela jean es evidente en las personas encuestadas por lo que nuestro producto con una característica adicional de ser un producto ecológico tendría aceptación en el mercado.

Pregunta No. 2 ¿Utilizaría una camisa en tela jean ecológica?

Pregunta No. 2

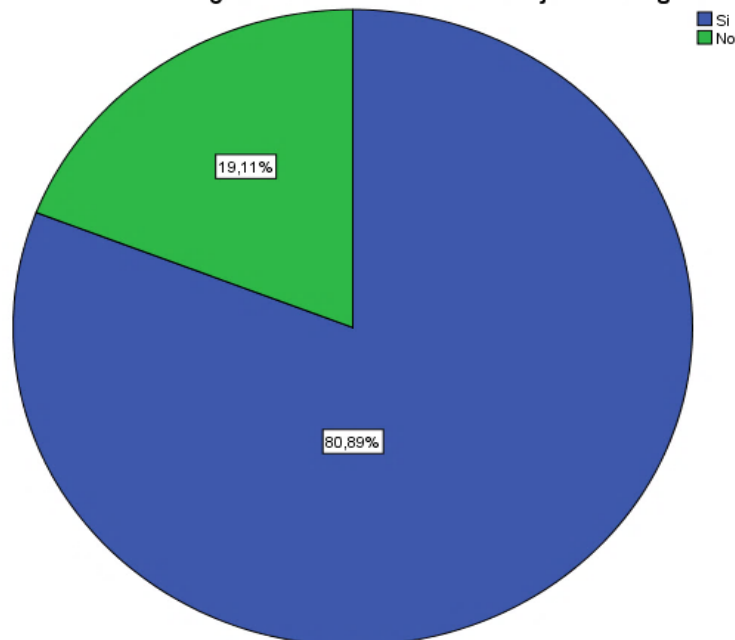
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	309	80,9	80,9	80,9
	No	73	19,1	19,1	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Pregunta No. 2

¿Utilizaría una camisa en tela jean ecológica?



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no. 7, ¿Utilizaría una camisa en tela jean ecológica?, el 80,9% si utilizaría una camisa de tela jean ecológica, mientras un 19,1% está en desacuerdo en utilizarla.

Análisis:

Las camisas de tela jean ecológica tendrán gran aceptación por el mercado objetivo al cual nos dirigimos por lo cual se deberá tener en cuenta también los gustos que tienen los clientes en este tipo de productos para una mayor satisfacción.

Pregunta No. 3 ¿Qué es lo que más priorizas al momento de elegir camisas?

Pregunta No. 3

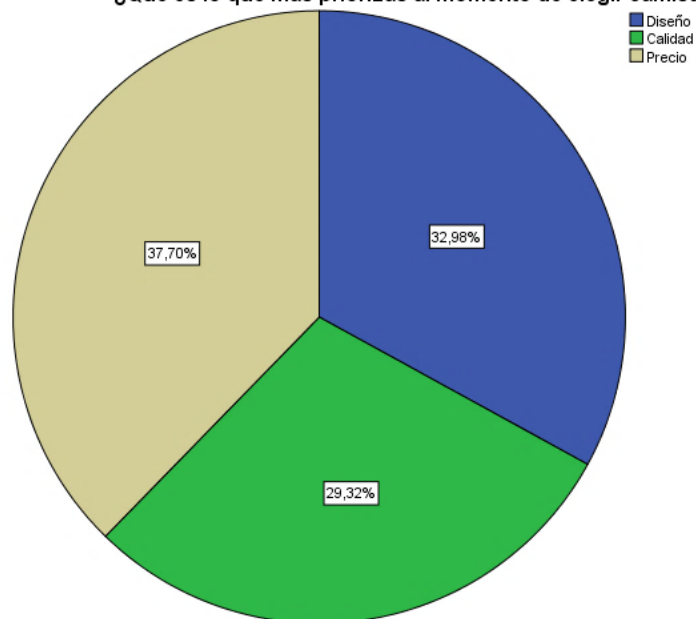
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diseño	126	33,0	33,0	33,0
Calidad	112	29,3	29,3	62,3
Precio	144	37,7	37,7	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Pregunta No. 3

¿Qué es lo que más priorizas al momento de elegir camisas?



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no. 3 ¿Qué es lo que más priorizas al momento de elegir camisas? , un 37,70% prioriza el precio al momento de adquirir camisas , el 33% le interesa más el diseño , y finalmente un 29,3% opto por elegir según la calidad que presente el producto.

Análisis:

La empresa debe presentar su producto a un precio accesible, puesto que la mayoría de los encuestados se fija principalmente en la variable mencionada, sin descuidar el diseño y la calidad del producto final.

Pregunta No. 4 ¿Qué tipo de diseño le gustaría adquirir en una camisa de tela jean?

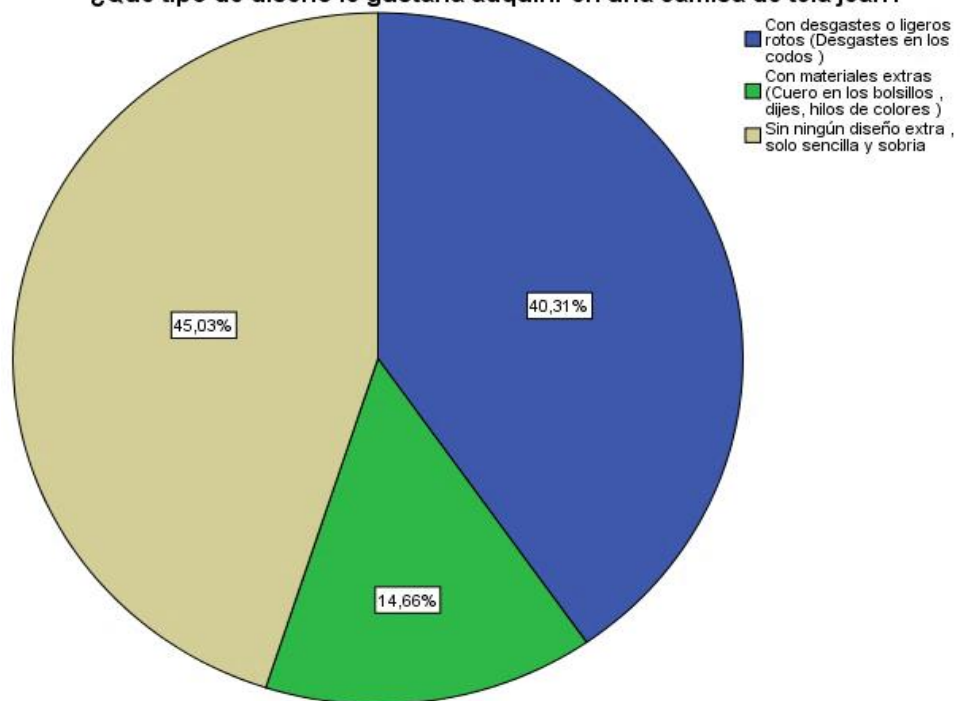
Pregunta No. 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Con desgastes o ligeros rotos (Desgastes en los codos)	154	40,3	40,3	40,3
	Con materiales extras (Cuero en los bolsillos , dijes, hilos de colores)	56	14,7	14,7	55,0
	Sin ningún diseño extra , solo sencilla y sobria	172	45,0	45,0	100,0
Total		382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Pregunta No. 4

¿Qué tipo de diseño le gustaría adquirir en una camisa de tela jean?



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no. 4; ¿Qué tipo de diseño le gustaría adquirir en una camisa de tela jean? , un 45% de los encuestados optaría por un diseño sencillo y sobrio a la vez en las camisas de tela jean ecológica , mientras un 40,31% le gustaría que su camisa tenga algún diseño ligero en su prenda de vestir y un 14,7% un diseño más llamativo con el uso de materiales extras.

Análisis:

De los resultados obtenidos podemos observar que las preferencias del público con respecto al diseño de las camisas, el más predominante es un diseño sobrio y sencillo, que conjuntamente con diseño ligero, serán los dos diseños finales a los cuales la empresa deberá enfocarse para producir este tipo de camisa.

Pregunta No. 5 ¿Cuál de los siguientes colores le agradaría para adquirir nuestro producto?

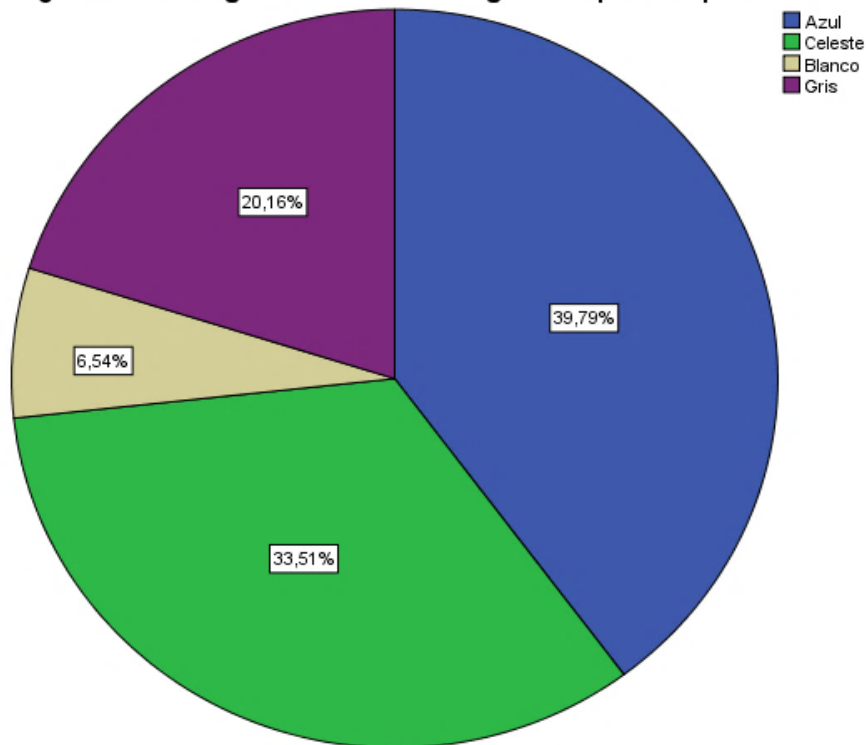
Pregunta No 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Azul	152	39,8	39,8	39,8
	Celeste	128	33,5	33,5	73,3
	Blanco	25	6,5	6,5	79,8
	Gris	77	20,2	20,2	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Pregunta No. 5

¿Cuál de los siguientes colores le agradaría para adquirir nuestro producto?



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el grafico de la pregunta no.5; ¿Cuál de los siguientes colores le agradaría para adquirir nuestro producto? ; el 39,8% prefiere las camisas en tonos azules , frente a un 33,5% que le gustan más los tonos de camisas celestes , y un 20,2% con un 6,5% , optarían por tonos grises y blancos respectivamente.

Análisis:

Los tonos azules y celestes siempre han sido dominantes al momento de escoger una prenda jean , y según la encuesta estos deben ser los colores que serán finalmente los elegidos para el producto final y la satisfacción del consumidor.

Pregunta No. 6 ¿Cuál es la talla de camisa que usa?

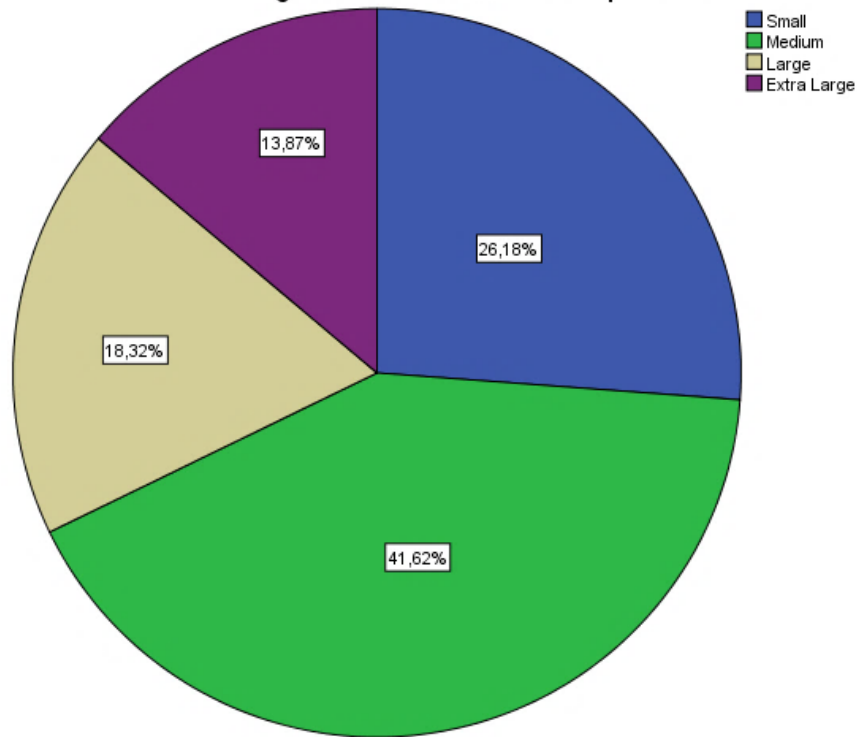
Pregunta No. 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Small	100	26,2	26,2	26,2
	Medium	159	41,6	41,6	67,8
	Large	70	18,3	18,3	86,1
	Extra Large	53	13,9	13,9	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Pregunta No. 6

¿Cuál es la talla de camisa que usa ?



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no. 6; ¿Cuál es la talla de camisa que usa ? ; el 41,62% utiliza la talla médium , el 26,2% utilizaría la talla small , un 18,32% sería de talla large y un 13,87% sería de talla extra large.

Análisis:

Se puede decir que la empresa deberá enfocarse en una mayor producción de tallas médium y small respectivamente para satisfacer al mayor número de clientes potenciales, y en menor proporción las tallas large y extra large.

Pregunta No. 7 ¿Cuál de las siguientes marcas de camisas Ud. ha adquirido al menos una vez?

Pregunta No. 7

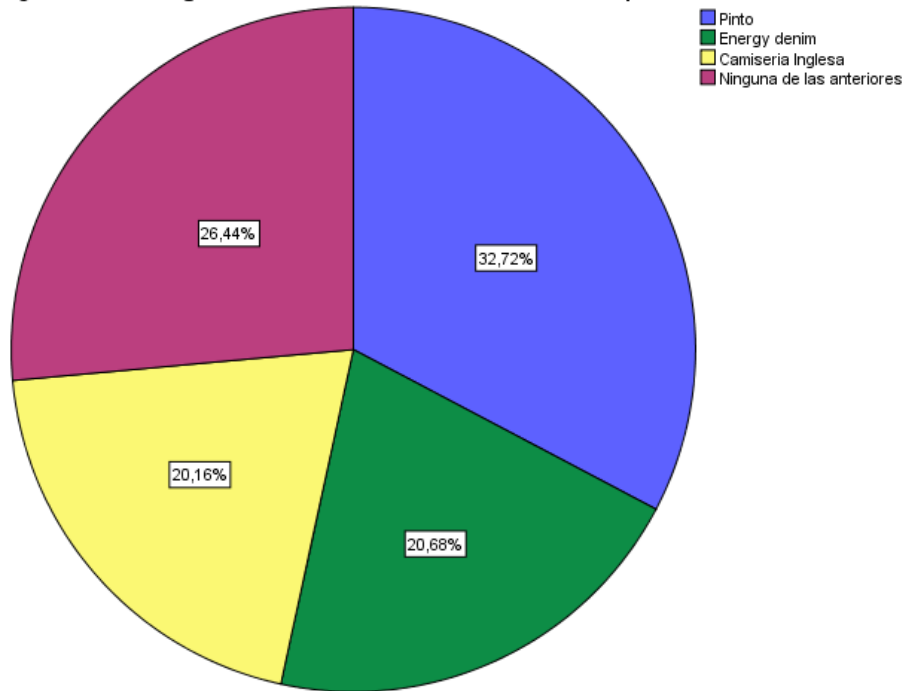
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pinto	125	32,7	32,7	32,7
	Energy Denim	79	20,7	20,7	53,4
	Camisería Inglesa	77	20,2	20,2	73,6
	Ninguna de las anteriores	101	26,4	26,4	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Pregunta No7

¿Cuál de las siguientes marcas de camisas Ud. ha adquirido al menos una vez?



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el grafico de la pregunta No. 7, ¿Cuál de las siguientes marcas de camisas Ud. ha adquirido al menos una vez? ; un 32,7 % adquirió la marca pinto alguna vez , un 20,7% prefirió la marca Pasa , un 20,2% prefirió la marca camisería inglesa y un 26,4% no opto por ninguna.

Análisis:

Según los resultados obtenidos podemos observar que la marca pinto es usualmente adquirida por el segmento poblacional al cual se dirige nuestro nuevo producto , por lo cual la empresa American Jeans , deberá establecer adecuadas estrategias de introducción de producto , así como también de comercialización , y publicidad para que pueda ganar campo en el mercado.

Pregunta No. 8 ¿Cuál es la frecuencia con la Ud. utiliza camisas en tela jean?

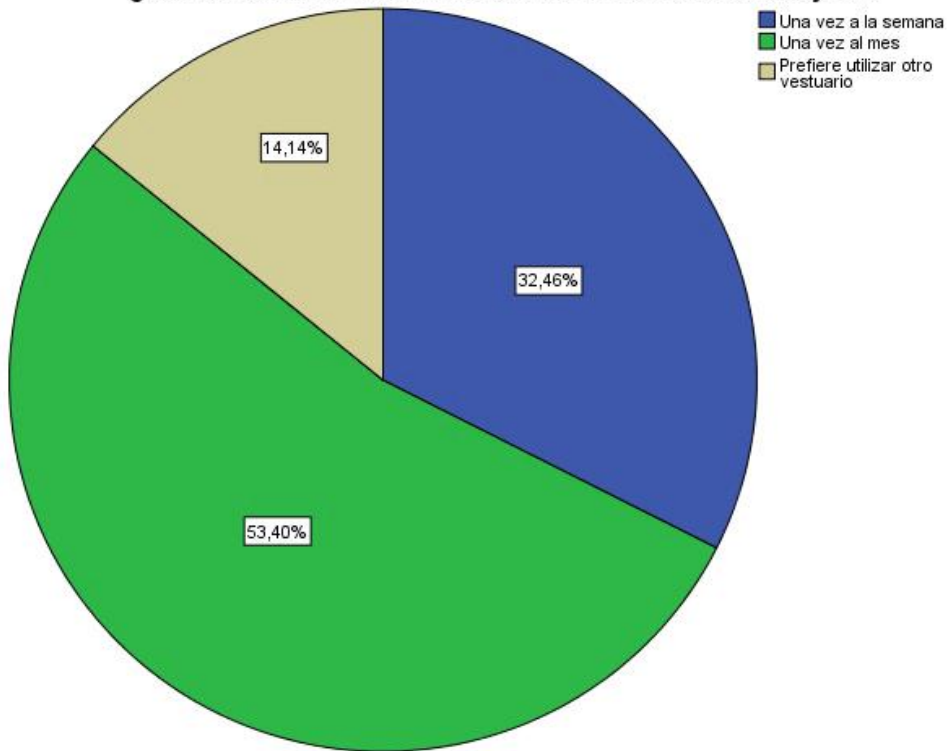
Pregunta No. 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Una vez a la semana	124	32,5	32,5	32,5
Una vez al mes	204	53,4	53,4	85,9
Prefiere utilizar otro vestuario	54	14,1	14,1	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Pregunta No. 8

¿Cuál es la frecuencia con la Ud. utiliza camisas en tela jean?



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Interpretación:

Un amplio porcentaje mostrado en el gráfico de la pregunta no.8, ¿Cuál es la frecuencia con la Ud. utiliza camisas en tela jean?; nos indica que el 53,4 % de los encuestados prefiere ocupar una camisa jean una vez al mes , un 32,5 % lo usaría una vez a la semana , mientras que un 14.1% optaría por otro tipo de vestuario.

Análisis:

Se puede concluir que del total de los encuestados obtenemos un resultado favorable pues el uso de la camisa de tela jean sería muy frecuentemente en el vestuario de los futuros clientes de la empresa, por lo que la empresa deberá analizar otros factores importantes como gustos y preferencias sobre el producto para poder dar la mayor satisfacción a los clientes.

Pregunta No. 9 ¿Con que frecuencia usted adquirirá las camisas en tela ecológica?

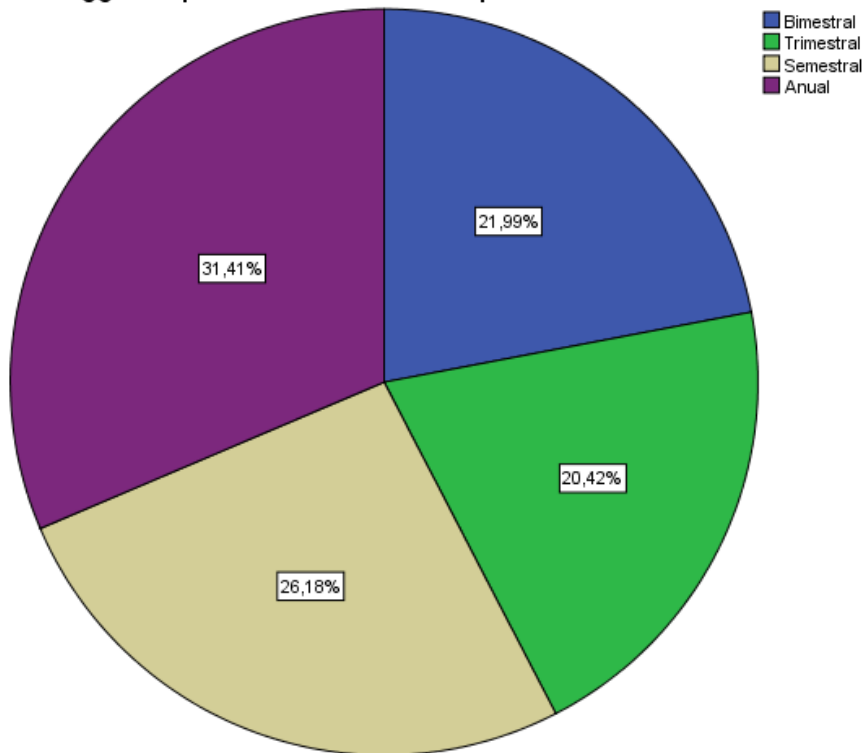
Pregunta No. 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bimestral	84	22,0	22,0	22,0
	Trimestral	78	20,4	20,4	42,4
	Semestral	100	26,2	26,2	68,6
	Anual	120	31,4	31,4	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Pregunta No. 9

¿¿Con que frecuencia usted adquirirá las camisas en tela ecológica?



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Interpretación:

En los resultados de esta pregunta referente a la frecuencia de compra de las camisas ecológicas jean para hombre podemos observar que la mayoría adquirirá el producto de forma anual 31,4% , seguido de los que prefieren comprar de forma semestral 26,2% , luego de forma bimestral y trimestral con un 22% y 20,4% respectivamente.

Análisis:

Podemos decir que la mayoría de consumidores adquirirán el producto de forma anual, y cada semestre del año, por lo que generar estrategias de venta para que la cantidad de productos que adquieran en el año sea mayor será fundamental en el presente proyecto.

Pregunta No. 10 ¿Qué cantidad de camisas en tela ecológica Usted compraría en el año?

Pregunta No. 10

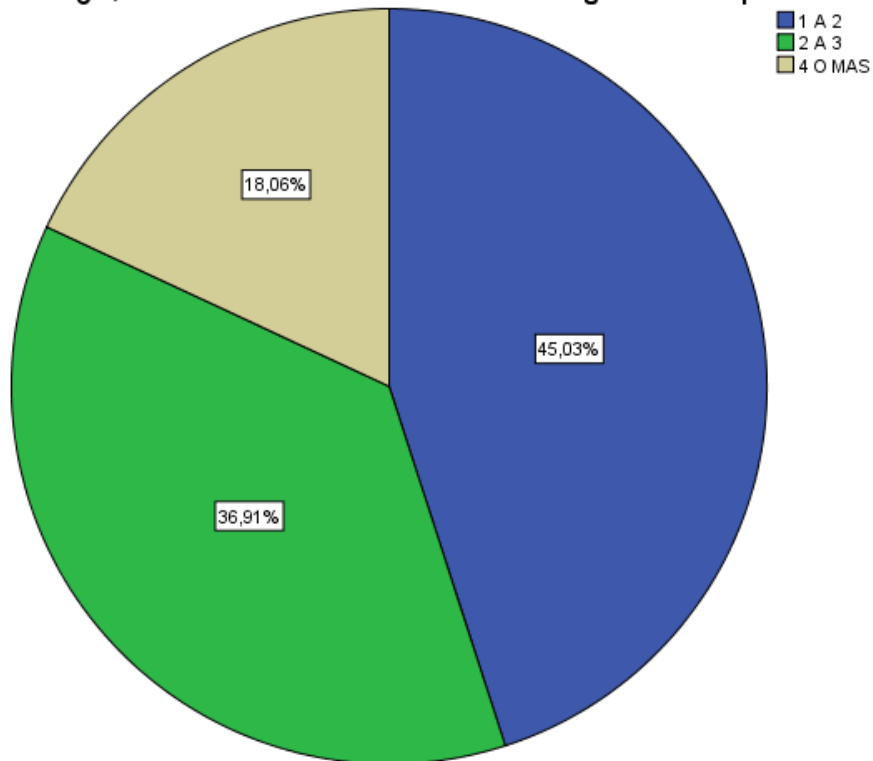
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 a 2	172	45,0	45,0	45,0
	2 a 3	141	36,9	36,9	81,9
	4 o mas	69	18,1	18,1	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Pregunta No. 10

¿ Que cantidad de camisas en tela ecologica Ud compraría en el año?



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

En la pregunta No. 10 referente a la cantidad de producto que el consumidor adquiere al año los resultados que obtenemos apuntan que la mayor parte prefiere comprar de 1 a 2 camisas 45,03%, seguido de los que adquieren de 2 a 3 camisas 36,91%, y finalmente los que compran más de 4 camisas con un 18,1%.

Análisis:

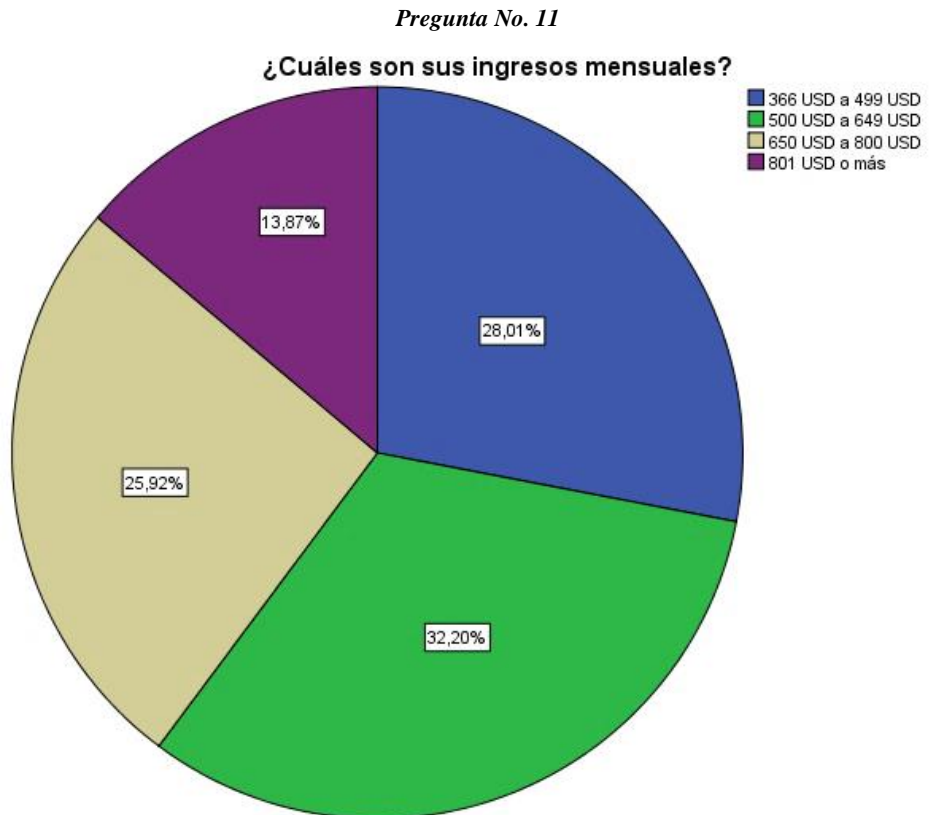
La mayoría de consumidores adquirirán nuestro producto en una cantidad promedio de 1 a 2, sin embargo al ser un producto nuevo con un segmento específico la rentabilidad de la empresa estará asegurada en base a las ventas que se puedan obtener al año.

Pregunta No. 11 ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Pregunta No. 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	366 USD a 499 USD	107	28,0	28,0	28,0
	500 USD a 649 USD	123	32,2	32,2	60,2
	650 USD a 800 USD	99	25,9	25,9	86,1
	801 USD o más	53	13,9	13,9	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Interpretación;

Según el gráfico de la pregunta no.10; ¿Cuáles son sus ingresos mensuales? , el 32,2,% de los encuestados registran ingresos mensuales de 500,00 a 649,00 Usd , mientras que un 28% registra ingresos desde 366,00 a 499,00 Usd un 25% gana entre 650,00 a 800,00 y solo un 13,9% gana más de 800,00 Usd al mes.

Análisis:

El 72% de los encuestados registran ingresos superiores o iguales a los 500 dólares mientras que apenas un 28% tiene un promedio de ingresos de un sueldo básico hasta 499,00 , este dato de ingresos mensuales de los futuros clientes nos ayudara a establecer parámetros importantes sobre el precio adecuado del producto final que se analizaran más adelante.

Pregunta No. 12¿Cuánto dinero gastas en ropa al mes?

Pregunta No. 12

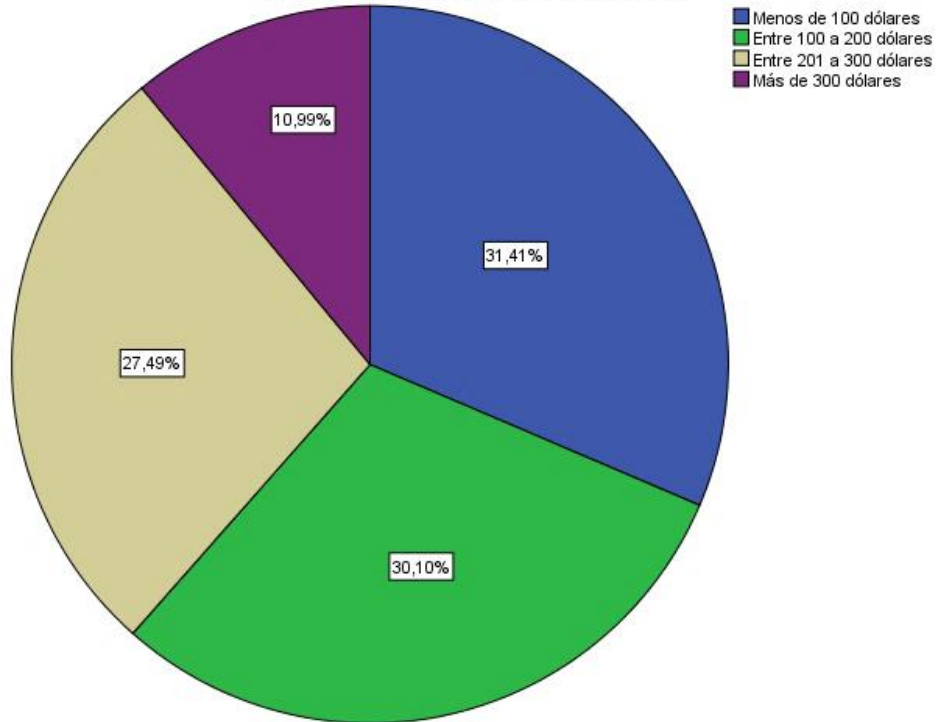
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 100 dólares	120	31,4	31,4	31,4
Entre 100 a 200 dólares	115	30,1	30,1	61,5
Entre 201 a 300 dólares	105	27,5	27,5	89,0
Más de 300 dólares	42	11,0	11,0	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Pregunta No. 12

Cuánto dinero gastas en ropa al mes?



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Se puede observar en el grafico No. 12 de la pregunta ¿Cuánto dinero gastas en ropa al mes ? , que apenas un 11% gasta más de 300,00 Usd , mientras que un 27,5% gasta en promedio de 201,00 Usd a 300,00 , un 30,1% gasta entre 100,00 a 200,00 Usd mensualmente y un 31,4% gasta menos de 100 usd en ropa mensualmente.

Análisis:

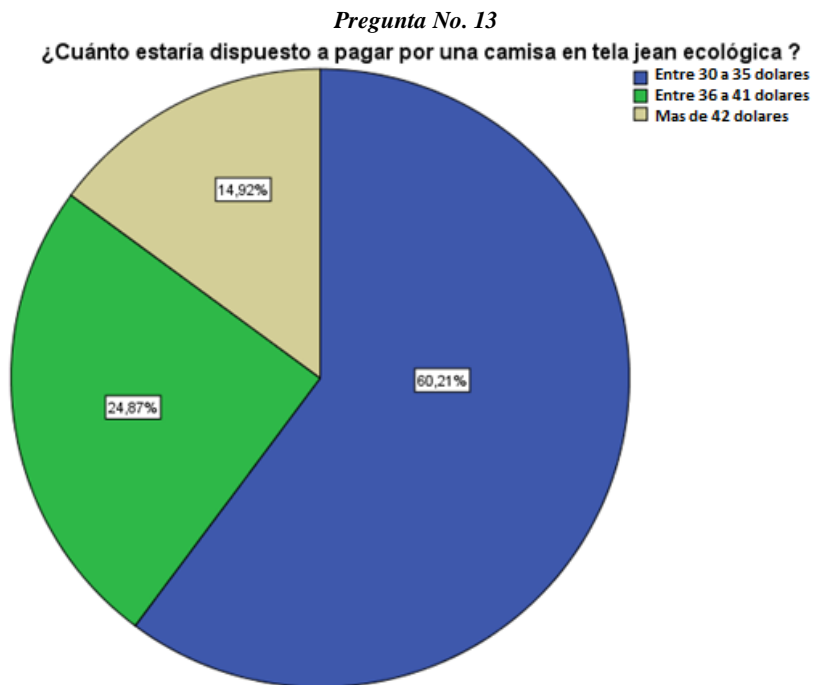
Podemos concluir que existe un mayor consumo de prendas de en un valor de menos de 100,00 a 300 Usd mensual, por lo que la introducción de nuestra línea de camisas generaría una opción más al momento de escoger el atuendo indicado que el consumidor desea vestir.

Pregunta No. 13 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa en tela jean ecológica?

Pregunta No. 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 30 a 35 dólares	230	60,2	60,2	60,2
	Entre 36 a 41 dólares	95	24,9	24,9	85,1
	Más de 42 dólares	57	14,9	14,9	100,0
Total		382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas



Elaborado por: Sebastián Flores
Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no. 13, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camisa en tela jean ecológica?, un 60,2% está dispuesto a pagar desde 30,00 a 35,00 Usd , mientras que un 24,9% podría pagar desde 36,00 a 41,00 Usd y apenas un 14,9% podría pagar más de 42,00 Usd.

Análisis:

El producto nuevo debe tener un precio entre 30,00 a 35,00 Usd para su comercialización en el mercado, puesto que según el estudio realizado la mayor parte del público objetivo tendrá esa capacidad de pago.

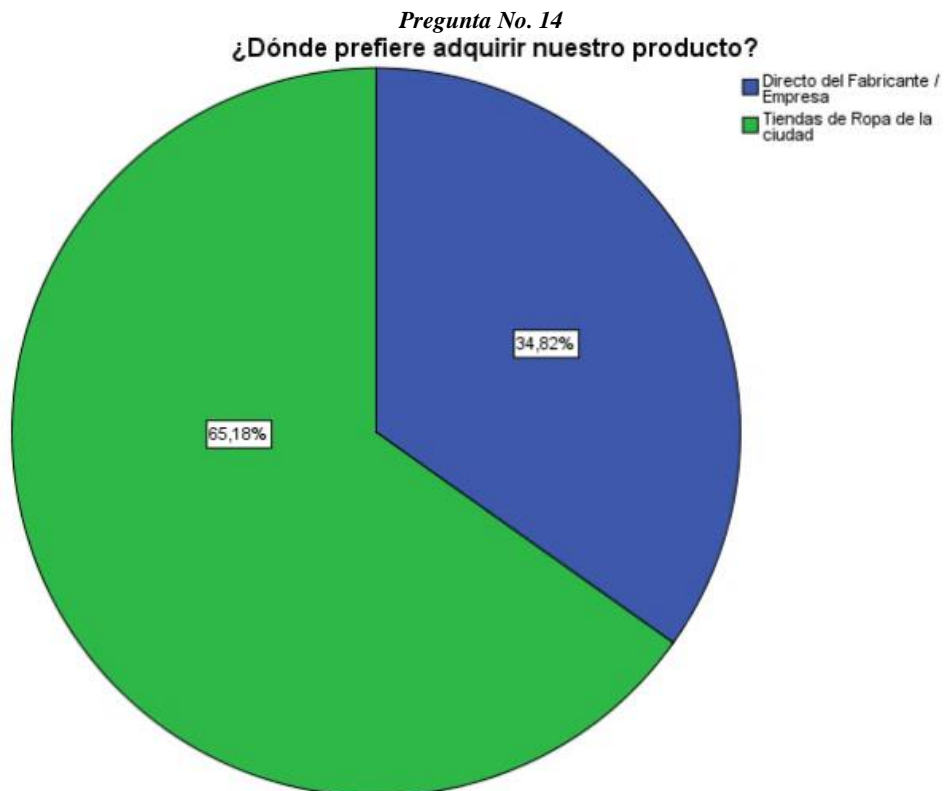
Pregunta No.14 ¿Dónde prefiere adquirir nuestro producto?

Pregunta No. 14

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Directo del Fabricante	133	34,8	34,8	34,8
Tiendas de Ropa de la ciudad	249	65,2	65,2	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no. 13: ¿Dónde prefiere adquirir nuestro producto? , el 65,18% del total de los encuestados prefiere adquirir nuestros productos en las tiendas de ropa de la ciudad, frente al 34,82% que optaría en adquirirlo directamente del fabricante.

Análisis:

La empresa deberá distribuir su producto por medio de las tiendas de ropa de la ciudad pues los clientes prefieren adquirirlo en esos lugares por comodidad y variedad.

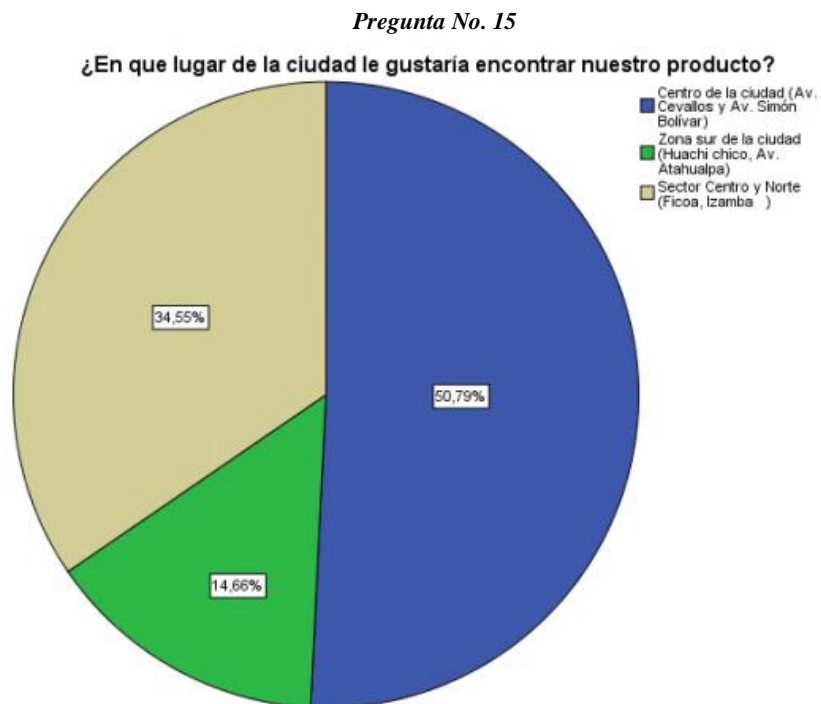
Pregunta No. 15 ¿En qué lugar de la ciudad le gustaría encontrar nuestro producto?

Pregunta No. 15

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Centro de la ciudad (Av. Cevallos y Av. Simón Bolívar)	194	50,8	50,8	50,8
Zona sur de la ciudad (Huachi chico, Av. Atahualpa)	56	14,7	14,7	65,4
Sector Centro y Norte (Ficoa, Izamba)	132	34,6	34,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no.14, ¿En qué lugar de la ciudad le gustaría encontrar nuestro producto? , el 50,8% está de acuerdo que nuestro producto se comercializa en la zona centro de la ciudad (Av. Cevallos y Av. Simón Bolívar), un 14,7% prefiere encontrar el producto en la zona sur de la ciudad (Av. Atahualpa – Huachi Chico) , y un 34,6% está de acuerdo de adquirir el producto en la zona centro norte (Ficoa – Izamba).

Análisis:

La empresa deberá distribuir sus productos en la zona centro de la ciudad pues este sector será el de mayor acceso para que los clientes potenciales puedan adquirir nuestro producto.

Pregunta No. 16 ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información de nuestros productos?

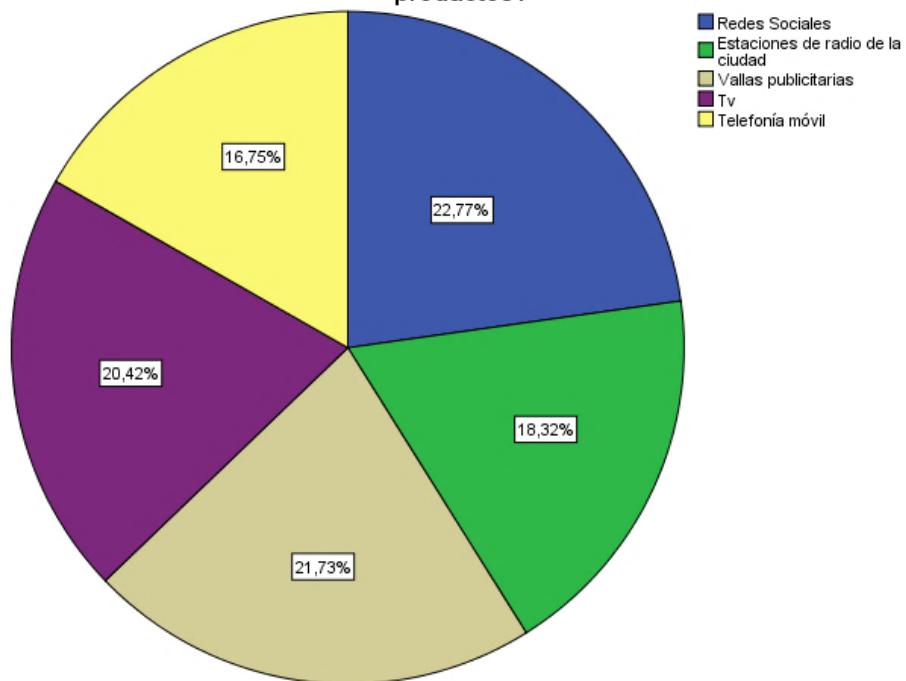
Pregunta No. 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Redes Sociales	87	22,8	22,8	22,8
	Estaciones de radio de la ciudad	70	18,3	18,3	41,1
	Vallas publicitarias	83	21,7	21,7	62,8
	Tv	78	20,4	20,4	83,2
	Telefonía móvil	64	16,8	16,8	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Pregunta No. 16
¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información de nuestros productos?



Elaborado por: Sebastián Flores

Fuente: Encuestas

Interpretación:

Según el gráfico de la pregunta no. 16 ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información de nuestros productos? ; el 22,77% le gustaría recibir información del producto por medio de las redes sociales , un 20,42% le gustaría verlo por tv , un 21,73% le gustaría visualizar el producto en vallas publicitarias y un 18,32% con un 16,75% le gustaría recibir información por medio de estaciones de radio de la ciudad y por telefonía móvil respectivamente.

Análisis:

El análisis que podemos dar es que la mayor parte de los encuestados prefiere conocer nuestro producto por medio de las redes sociales y vallas publicitarias por lo que la empresa deberá establecer en su presupuesto cual será el medio de comunicación final por el cual se podrá conocer nuestro producto.