



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Creación de la empresa Representaciones Izquierdo, para impulsar la marca de ropa Blue Shark I.”**

**AUTOR: Nicolás Aquiles Izquierdo Sigüenza**

**TUTOR: Ing. MBA Leonardo Gabriel Ballesteros López**

**AMBATO – ECUADOR**  
**Octubre 2017**



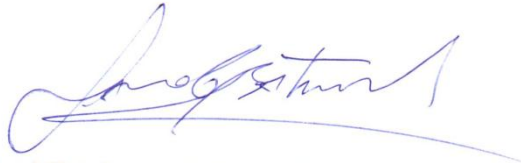
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de tutor del Trabajo de Titulación “**Creación de la empresa Representaciones Izquierdo, para impulsar la marca de ropa Blue Shark, I.**” presentado por el señor **Nicolás Aquiles Izquierdo Sigüenza**, 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, 24 Octubre del 2017



**Ing. MBA. Leonardo Gabriel Ballesteros López**

**C.I 180245362-9**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

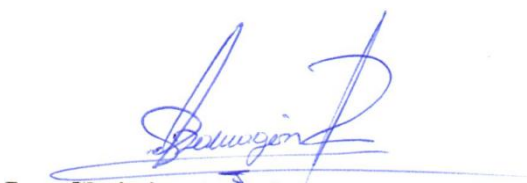
Yo, **Nicolás Aquiles Izquierdo Sigüenza**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas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



**Nicolás Aquiles Izquierdo Sigüenza**  
**CI:180329576-3**  
**AUTOR**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL 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.



**Ing. Christian Andrés Barragán Ramírez MBA**  
**C.I 1800378364-4**



**Ing.Mg. Nora Isabel Santiago Chávez**  
**C.I 060135174-5**

Ambato, 24 Octubre del 2017

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'N. Aquiles Izquierdo Sigüenza'.

**Nicolás Aquiles Izquierdo Sigüenza**  
**CI: 180329576-3**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de emprendimiento dedico a mi querida y respetada Madre Blanca Lía Izquierdo Sigüenza, quien fue el centro de motivación e inspiración para que culmine mis estudios, aun tus recuerdos brillan en mi corazón, y con ellos una sonrisa porque a pesar del tiempo que ha pasado desde tu partida, formas parte de mi vida, siempre serás mi gran motor y mi bendición tus palabras que me dejaste escritas en un trozo de papel perduraron por siempre dándome esa fuerza y fortaleza para llegar donde hoy estoy culminando una etapa más de mi vida profesional sé que desde el cielo me seguirás bendiciendo y guiando mis pasos y luchando para vencer los obstáculos que se presenten en mi camino.

A mi esposa Fernanda Pardo por su respaldo porque me enseñó que siempre hay una luz al final del camino y especialmente porque es un ser maravilloso que siempre creyó en mí y que está conmigo apoyándome incondicionalmente en todo momento.

A mis hijas Nicole, Annie y a mi hijo Ignacio que está en camino, que son la razón de mi vida el tesoro más grande que Dios me regaló y el motivo para continuar en mi preparación profesional para llegar lejos para ser siempre su ejemplo de vida, a Josué que forma parte de mi vida a quien le veo como mi gran amigo, quiero darle un ejemplo, aportando un granito de arena en el camino que recorrerá en el futuro.

A todos mis hermanos que con sus consejos y palabras de aliento aportaron en mi preparación, un agradecimiento especial a mi hermano Flavio Izquierdo que ha sido mi ejemplo y me ha dado fortaleza siendo el pilar de apoyo, ellos me han elevado espiritualmente y anímicamente para llegar a cumplir con mis objetivos.

A los compañeros Ing. Wilmer Alcívar, Ing. Leonel Esmeraldas amigos incondicionales que han estado en las buenas y en las malas apoyándome con sus consejos, conocimientos y su gran amistad.

**Nicolás Aquiles Izquierdo Sigüenza**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente me gustaría agradecer a nuestro Padre Dios por bendecirme para llegar a culminar una meta muy importante en mi vida, porque hizo realidad este sueño tan anhelado.

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi tutor de tesis, Ing. MBA. Leonardo Ballesteros por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

Me gustaría agradecer a mis profesores, que durante toda mi carrera profesional han aportado con un granito de arena a mi formación académica.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

**Nicolás Aquiles Izquierdo Sigüenza**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
DERECHOS DE AUTOR.....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIV
RESUMEN EJECUTIVO .....	XVIII
ABSTRACT .....	XIX
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Definición del problema de la investigación.....	1
1.2 Análisis de involucrados .....	2
1.3 Análisis del Problema.....	3
1.4 Análisis Crítico.....	4
1.5 Prognosis. ....	4
CAPITULO II .....	5
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	5
2.1 Nombre del emprendimiento.....	5
2.2 Localización geográfica .....	5
2.3 Justificación.....	6
2.4 Objetivos .....	7
2.4.1 Objetivo General.....	7
2.4.2 Objetivos específicos .....	7
2.5 Beneficiarios.....	7



2.6	Resultados a alcanzar .....	8
CAPÍTULO III.....		9
ESTUDIO DE MERCADO .....		9
3.1	Descripción, características y usos del producto.....	9
3.1.1	Tipos de prendas de vestir .....	9
3.2	Estudio de Mercado.....	17
3.2.1	Segmentación de mercado .....	17
3.2.2	Población económicamente activa (PEA) .....	18
3.2.3	Muestra .....	19
3.2.4	Análisis de los resultados, (Encuesta de la demanda y oferta). .....	20
3.3	Estudio de la demanda.....	32
a.	Estudio de la demanda de personas .....	32
b.	Estudio de la demanda en producto.....	33
3.4	Estudio de la oferta.....	34
a.	Estudio de la Oferta en producción .....	35
b.	Oferta proyectada .....	35
3.5	Mercado Potencial para el proyecto .....	36
3.6	Precio.....	37
a.	Cálculo del precio.....	38
b.	Proyección del precio .....	38
3.7	Canales de comercialización .....	39
3.8	Canales de Distribución.....	40
3.9	Estrategias de comercialización .....	41
3.9.1	ANÁLISIS FODA .....	41
3.9.2	Perfil de Capacidad Interna.....	42
3.9.3	Perfil de Oportunidades y Amenazas.....	43
3.9.4	ESTRATEGIAS FODA.....	44
CAPÍTULO IV.....		45
ESTUDIO TÉCNICO .....		45
4.1	TAMAÑO DEL EMPRENDIMIENTO.....	45

4.1.1	Factores que determinan el Tamaño .....	45
a.	Demanda potencial insatisfecha. ....	45
b.	Maquinaria equipos y herramientas .....	45
c.	Insumos .....	46
d.	Tecnología .....	46
e.	Financiamiento .....	46
4.1.2	Tamaño Óptimo .....	46
4.2	Localización .....	47
4.2.1	Localización Óptima.....	47
4.2.2	Macro Localización .....	48
4.2.3	Micro Localización .....	49
4.3	Ingeniería del Proyecto.....	49
4.3.1	Proceso producto.....	49
4.3.2	Balance de materiales .....	51
a.	Estado inicial del proyecto .....	51
b.	Diagrama de Flujo .....	52
c.	Periodo operacional estimado de la planta .....	54
d.	Capacidad de producción .....	54
4.3	Distribución de la maquinaria y equipos (Lay-out).....	54
5.3	Distribución de la Planta .....	56
CAPÍTULO V .....		57
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....		57
5.1	Aspectos generales .....	57
a.	Organización Legal .....	57
b.	Razón Social.....	57
c.	Logotipo .....	57
d.	Misión.....	58
e.	Visión .....	58
5.2	Diseño Organizacional .....	58
5.3.	Estructura Organizativa .....	59

5.4.	Estructura Funcional.....	60
5.5.	Manual de Funciones.....	61
CAPÍTULO VI.....		67
ESTUDIO FINANCIERO .....		67
6.5.	Inversiones en activos fijos tangibles.....	67
6.2	Inversiones en activos fijos intangibles.....	69
6.3.	Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo.....	70
6.3.1	Activo Corriente o circulante.....	70
6.3.2	Pasivo Circulante .....	71
6.3.3	Capital de Trabajo.....	72
6.4.	Resumen de las Inversiones .....	72
6.5.	Financiamiento .....	73
6.6.	Plan de Inversiones.....	73
6.7.	Presupuesto de Gastos e Ingresos.....	73
6.7.1	Costos de Producción.....	74
6.7.2	Costos Administrativos.....	78
6.7.3	Costos de Venta .....	80
6.7.4	Costos Financieros.....	82
6.7.5	Resumen de Costos.....	82
6.8	Situación financiera.....	83
6.8.1	Balance General.....	83
6.8.2	Situación Financiera Proyectada.....	84
6.8.3	Presupuesto de ingresos .....	86
6.8.4	Estado de resultados proyectados .....	86
6.8.5	Flujo de caja.....	88
6.9	Punto de equilibrio .....	89
6.9.1.	Punto de equilibrio en unidades monetarias .....	89
6.9.2.	Punto de equilibrio en unidades de producción.....	90
6.10	Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos..	91
6.10.1	Cálculo del Tmar 1 sin financiamiento.....	91

6.10.2	Cálculo del Tmar 2 sin financiamiento.....	92
6.10.3	Tmar global mixto 1 .....	92
6.10.4	Tmar global mixto 2 .....	93
6.11	Valor presente neto o valor actual neto (VAN).....	93
6.11.1	VAN 1 .....	93
6.11.2	VAN 2.....	93
6.12	Indicadores Financieros.....	94
6.12.1	Índices de Solvencias.....	94
6.12.2	Índices de Liquidez.....	94
6.12.3	Índices de Endeudamiento .....	95
6.13	Tasa beneficio – costo .....	96
6.14	Periodo de recuperación de la inversión.....	97
6.15	Tasa interna de retorno .....	97
6.16	Análisis de sensibilidad .....	98
CAPÍTULO VII .....		99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		99
7.1	Conclusiones .....	99
7.16	Recomendaciones.....	100
BIBLIOGRAFÍA.....		101
ANEXOS.....		105
ANEXO A. Maquinarias .....		105
ANEXO B. Tabla de Amortización.....		108
ANEXO C. Instituciones Financieras.....		110
ANEXO D. Marca .....		110

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Árbol de problemas .....	3
Ilustración 2. Mapa de Ambato ubicación de la empresa Distribuciones Izquierdo ....	5
Ilustración 3. Tela de algodón .....	10
Ilustración 4. Ropa elaborada en tela de algodón. ....	10
Ilustración 5. Telas acrílicas.....	11
Ilustración 6. Blusas en tela acrílica.....	11
Ilustración 7. Tela tipo Lycra. ....	11
Ilustración 8. Prendas Leggings. ....	12
Ilustración 9. Tela Mezclilla. ....	12
Ilustración 10. Ropa confeccionada con tela de mezclilla. ....	12
Ilustración 11. Tela tipo poliéster.....	13
Ilustración 12. Camisetas .....	13
Ilustración 13. Tela rayón. ....	13
Ilustración 14. Vestido en tela Rayón .....	14
Ilustración 15. Tela de nylon.....	14
Ilustración 16. Chaqueta en tela Nylon .....	14
Ilustración 17. Tela popelina.....	15
Ilustración 18. Ropa de niño en tela popelín.....	15
Ilustración 19. Tela de pana. ....	16
Ilustración 20. Pantalones confeccionados en tela Pana, varios colores.....	16
Ilustración 21. Camisetas tipo Polo confeccionadas en jersey de punto.....	16
Ilustración 22. Pregunta 1 .....	20
Ilustración 23. Pregunta 2 .....	21
Ilustración 24. Pregunta 3 .....	22
Ilustración 25. Pregunta 4 .....	23
Ilustración 26. Pregunta 5 .....	24
Ilustración 27. Pregunta 6 .....	25
Ilustración 28. Pregunta 7 .....	26
Ilustración 29. Pregunta 8 .....	27
Ilustración 30. Pregunta 9 .....	28
Ilustración 31. Pregunta 10 .....	29

Ilustración 32. Pregunta 11 .....	30
Ilustración 33. Pregunta 12 .....	31
Ilustración 34. Proyección de la Demanda.....	33
Ilustración 35. Proyección de la Demanda en productos .....	34
Ilustración 36. Proyección de la Oferta.....	36
Ilustración 37. DPI Proyectada .....	37
Ilustración 38. Proyección del Precio.....	39
Ilustración 39. Canales de Distribución .....	41
Ilustración 40. Proyección DPI Real .....	47
Ilustración 41. Macro - Localización .....	48
Ilustración 42 Micro – Localización .....	49
Ilustración 43. Distribución de la Planta .....	56
Ilustración 44. Organigrama Estructural .....	59
Ilustración 45. Organigrama Funcional.....	60
Ilustración 46. Punto de Equilibrio Graficado .....	91

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro Análisis de Involucrados .....	2
Tabla 2. Segmentación de variables.....	18
Tabla 3. Pregunta 1 .....	20
Tabla 4. Pregunta 2 .....	21
Tabla 5. Pregunta 3 .....	22
Tabla 6. Pregunta 4 .....	23
Tabla 7. Pregunta 5 .....	24
Tabla 8. Pregunta 6 .....	25
Tabla 9. Pregunta 7 .....	26
Tabla 10. Pregunta 8 .....	27
Tabla 11. Pregunta 9 .....	28
Tabla 12. Pregunta 10 .....	29
Tabla 13. Pregunta 11 .....	30
Tabla 14. Pregunta 12 .....	31

Tabla 15. Cálculo de la Demanda en personas .....	32
Tabla 16. Datos para el Cálculo de la Demanda .....	33
Tabla 17. Cálculo de la Demanda en productos.....	34
Tabla 18. Cálculo de la Oferta .....	35
Tabla 19. Oferta Proyectada.....	36
Tabla 20. Cálculo del DPI.....	37
Tabla 21. Cálculo del Precio .....	38
Tabla 22. Proyección de Precio.....	39
Tabla 23. Análisis FODA.....	41
Tabla 24. Matriz PCI.....	42
Tabla 25. Ponderación Matriz PCI.....	42
Tabla 26. Matriz POAM .....	43
Tabla 27. Ponderación Matriz POAM .....	43
Tabla 28. Matriz de Estrategias FODA.....	44
Tabla 29. Demanda Potencial Insatisfecha Real .....	46
Tabla 30. Escala de Evaluación .....	47
Tabla 31. Localización óptima.....	48
Tabla 32. Proceso de Elaboración de la Ropa.....	50
Tabla 33 Materia Prima.....	51
Tabla 34. Materiales Indirectos.....	51
Tabla 35. Insumos .....	52
Tabla 36. Simbología de Procesos .....	52
Tabla 37. Flujograma de Producción de Ropa.....	53
Tabla 38. Capacidad Instalada de Producción .....	54
Tabla 39. Maquinaria .....	55
Tabla 40. Equipos y Herramientas .....	55
Tabla 41. Equipos y Muebles de Oficina .....	55
Tabla 42. Niveles Jerárquicos de la Empresa Representaciones Izquierdo .....	59
Tabla 43. Codificación de los Puestos .....	60
Tabla 44. Manual de Funciones del Gerente.....	61
Tabla 45. Manual de Funciones de la Secretaria / Contadora.....	62
Tabla 46. Manuel de Funciones del Chofer .....	63
Tabla 47. Manuel de Funciones de las Costureras.....	64

Tabla 48. Manual de Funciones de los Diseñadores .....	65
Tabla 49. Manual de Funciones de los Vendedores.....	66
Tabla 50. Maquinaria .....	67
Tabla 51. Equipos y Herramientas .....	68
Tabla 52. Equipos y Muebles de Oficina .....	68
Tabla 53. Vehículos .....	68
Tabla 54. Infraestructura .....	69
Tabla 55. Total Activo Fijo Tangible.....	69
Tabla 56. Activos Fijos Intangibles .....	69
Tabla 57. Total Activo Circulante.....	71
Tabla 58. Resumen de Inversiones.....	72
Tabla 59. Financiamiento.....	73
Tabla 60. Plan de Inversiones .....	73
Tabla 61. Materia Prima.....	74
Tabla 62. Insumos .....	74
Tabla 63. Materiales Indirectos.....	75
Tabla 64. Cargo de Depreciación y Amortización.....	75
Tabla 65. Costes de Mantenimiento.....	76
Tabla 66. Mano de Obra Directa e Indirecta.....	77
Tabla 67. Energía Eléctrica y Agua .....	77
Tabla 68. Total Costos de Producción .....	78
Tabla 69. Suministros de Oficina.....	78
Tabla 70. Sueldos Administrativos .....	79
Tabla 71. Servicios Básicos .....	79
Tabla 72. Total Costos Administrativos.....	80
Tabla 73. Sueldo y Salarios del Vendedor .....	81
Tabla 74. Transporte .....	81
Tabla 75. Resumen Costos de Ventas .....	82
Tabla 76. Interés anual por crédito.....	82
Tabla 77. Resumen de Costos Totales .....	82
Tabla 78. Estado de Situación Inicial.....	83
Tabla 79. Estado de Situación Proyectado.....	84
Tabla 80. Ingresos .....	86



Tabla 81. Estado de Resultado Proyectado .....	87
Tabla 82. Proyección Flujo de Caja .....	88
Tabla 83. Costos Fijos y Costos Variables.....	89
Tabla 84. Tmar Global Mixto 1 .....	92
Tabla 85. Tmar Global Mixto 2 .....	93

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa Representaciones Izquierdo, viene funcionando empíricamente y dedica a la confección de todo tipo de ropa de moda, para damas, caballeros y niños que está ubicada en la ciudad de Ambato en el barrio La Floresta, sus propietarios tienen más de 12 años de experiencia en el sector de la confección, ellos fueron empleados de una empresa de confección pero su visión empresarial lo lleva a emprender esta empresa por el conocimiento de este mercado.

El presente proyecto de emprendimiento tiene como razón principal aprovechar el conocimiento del mercado por parte de sus propietarios y crear formalmente la empresa con lineamientos administrativos acordes al mercado. Permitiendo ser competitiva en el mercado generando beneficios para la empresa y satisfaciendo las necesidades de los clientes a la hora de vestir con calidad a precios módicos.

Los resultados obtenidos en el presente proyecto le permitirán a la empresa determinar la viabilidad del emprendimiento, tomado en cuenta la aceptación de la marca a través de un estudio de mercado, así mismo en base al estudio financiero se conocerá cuan rentable es la inversión lo cual le permite a la empresa desarrollarse y crecer en el sector al que pertenece.

Finalmente la empresa lanzará al mercado su línea de ropa de moda bajo la marca Blue Shark I, la cual tendrá como Mercado meta la ciudad de Ambato.

**PALABRAS CLAVES:** EMPRENDIMIENTO, INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN, JEANS, MARCA

## **ABSTRACT**

The company Representaciones Izquierdo, has been working empirically and dedicated to the manufacture of all kinds of fashion clothing, for ladies, gentlemen and children that is located in the city of Ambato in the neighborhood La Floresta, its owners have more than 12 years of experience In the clothing sector, its owner was formerly an employee of a garment company but his entrepreneurial vision leads to undertaking this company for the knowledge of this market.

The present project of entrepreneurship has as main to take advantage of the knowledge of the market on the part of its proprietors and formally create the company with administrative guidelines according to the market. Allowing being competitive in the market generating benefits for the company and satisfying the needs of the clients when it comes to dress with quality at reasonable prices.

The results obtained in the present project permit in the company determine the viability of the undertaking, taking into account the acceptance of the mark through a market study, also based on the financial study will know how profitable is the investment, which it allows the company to develop and grow in the sector to which it belongs.

Finally, the company launches to the market in the line of clothes of fashion under the brand Blue Shark I, which has like market the goal of the city of Ambato.

**KEYWORDS:** ENTERPRISE, MANUFACTURING INDUSTRY, JEANS, BRAND

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Definición del problema de la investigación

La industria textil en el Ecuador es una de las actividades económicas más antigua; de nuestro país, según la historia ecuatoriana registra la elaboración de prendas de vestir desde la época de la cultura Inca, con ello identificaban una situación social y económica entre sus habitantes. Ya en el siglo XX la producción textil abastecía el mercado nacional, a partir de la década de los 80 y 90 este sector tomo un gran impulso, exportando su producto a mercados internacionales a países como Perú y Colombia, (Vivanco, 2015).

Actualmente este sector productivo ha tenido un crecimiento de empresas textiles, tanto industriales como artesanales, sin embargo, la escasa innovación de diseños, la ausencia de creación de nuevas marcas que impacten al público exigente de la moda, y el impacto económico que ha causado la baja en las exportaciones petroleras, ha hecho que se avizore años difíciles a este sector, y en general a todo el sector productivo, (Zaragoza, 2016). Sin embargo de la situación descrita anteriormente se desprende una oportunidad de emprendimiento, aprovechando que ya hace dos años se patentó la marca de ropa BLUE SHARK, I. y hasta ahora no se ha creado, diseñado, prendas de vestir con dicha marca, por ese motivo planteamos crear la empresa REPRESENTACIONES IZQUIERDO.

Los hermanos Izquierdo Sigüenza desde el año 2005 se han dedicado a la distribución de todo tipo de prendas de vestir para hombres y mujeres a nivel Provincial y Nacional, obteniendo un crecimiento económico como socios; los constantes cambios en las estructuras familiares, y la necesidad de un cambio en la estructura organizacional de la sociedad de hecho de los hermanos Izquierdo; Germinó la oportunidad de crear un nuevo emprendimiento, crear una propia marca de ropa con características nuevas, modelos nuevos, colores frescos, las prendas de vestir que se fabricarán en esta marca serán: camisetas tipo polo, pantalones jean, para hombres y para mujeres, camisas sport de hombre.

La transformación de la matriz productiva que impulsa el gobierno nacional implica el cambio en el patrón de especialización primario, a un cambio diversificado de producción, que aprovecha el conocimiento y la biodiversidad de la materia prima. Dentro de los sectores priorizados para este cambio se encuentra el sector de la confección y el calzado, por ello este proyecto de emprendimiento está dentro de la transformación y la articulación efectiva de la matriz productiva, (Senplades, 2012).

DISTRIBUCIONES IZQUIERDO se enmarca dentro de los objetivos del PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 – 2017, los cuales podemos enunciar a continuación:

- Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.
- Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

## 1.2 Análisis de involucrados

**Tabla 1.** Cuadro Análisis de Involucrados

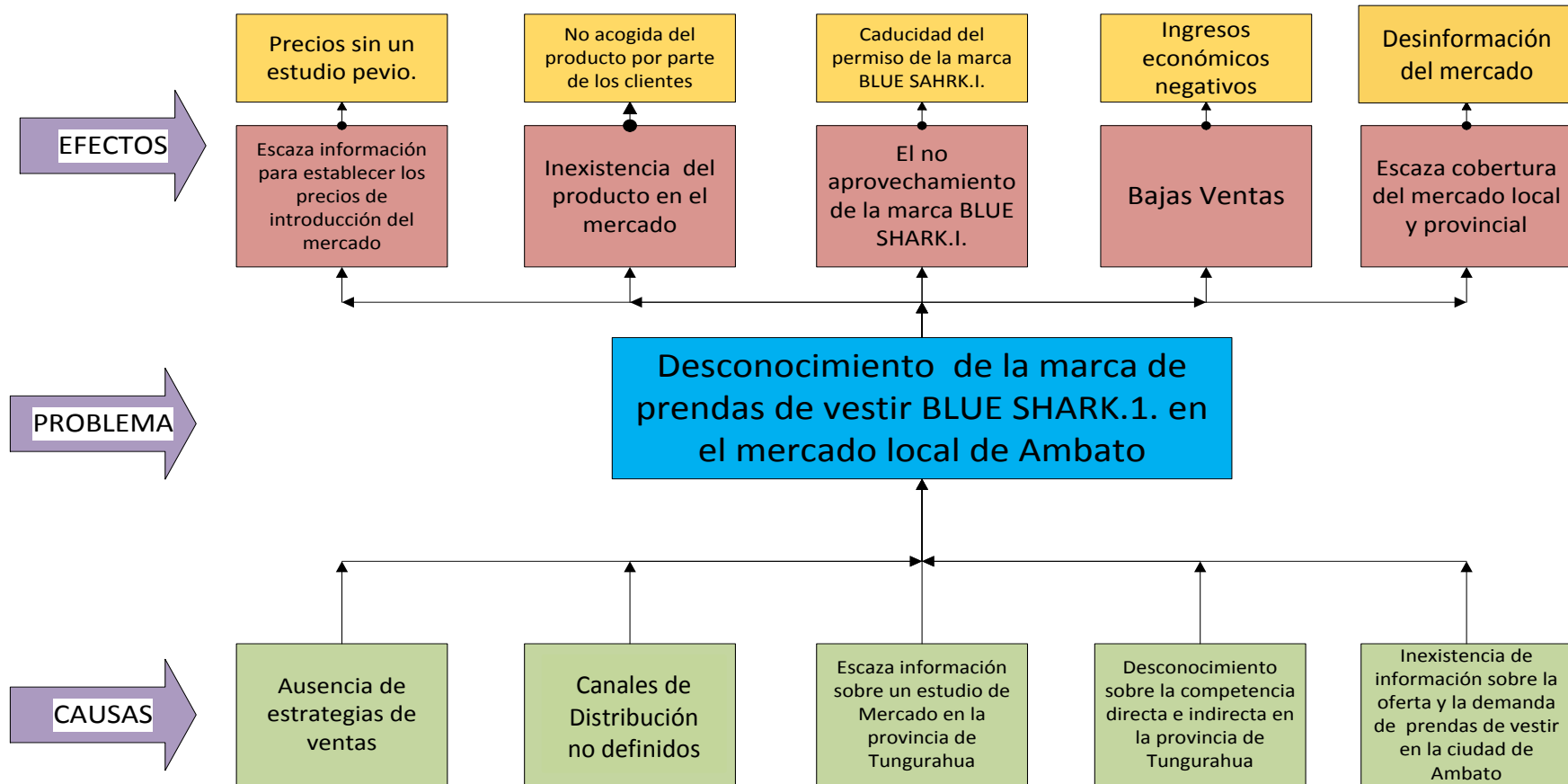
INVOLUCRADOS	PROBLEMÁTICA	INTERÉS	RECURSOS Y MANDATOS
Investigador	Tener un tema investigativo para el emprendimiento	Educativo y profesional	Normas Técnicas especificadas por la Universidad técnica de Ambato.
Administrador y empleados	La falta de una empresa que comercialice las prendas de vestir con la marca BLUE SHARK 1.	Económico y Servicio	Calidad en las prendas de vestir que se ofrecen en la entidad, implementando estrategias de promoción innovadoras.
Usuarios	Desconocimiento de la existencia de la marca BLUE SHARK, promoción de los productos que ofertará Distribuciones Izquierdo.	Satisfacción del cliente	Precautelar los derechos del consumidor, promoviendo el comercio en la zona.

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Fuente:** Investigación Directa

### 1.3 Análisis del Problema

Ilustración 1. Árbol de problemas



Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

Fuente: Investigación Directa

#### **1.4 Análisis Crítico**

El desconocimiento sobre la investigación de mercados, segmentación de mercados y nichos de mercado han influido para la no creación de una empresa distribuidora de la marca BLUE SHARK I.

Escaza organización para la creación de una empresa, definir su Misión, Visión y los objetivos organizacionales de la misma.

Caducidad del tiempo dado para la utilización de la marca BLUE SHARK I. Por parte del IEPI; que es de 10 años a partir de la publicación de la resolución.

La ausencia de un plan de promoción y publicidad conlleva al desconocimiento de la marca a los usuarios de la Provincia y la región.

#### **1.5 Prognosis.**

De no crearse una empresa que se encargue de generar el Marketing necesario para impulsar la marca en prendas de vestir BLUE SHARK I. se corre el riesgo ante todo que los permisos obtenidos en el IEPI se caduquen; esto desencadenará una baja de ingresos económicos para Nicolás Izquierdo promotor de la marca, tomando en cuenta que la Sociedad de hecho de los hermanos Izquierdo se encuentra disuelta.

## CAPITULO II

### DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 2.1 Nombre del emprendimiento.

“Creación de la empresa **REPRESENTACIONES IZQUIERDO**, para impulsar la marca de ropa BLUE SHARK I.”

#### 2.2 Localización geográfica

La empresa **REPRESENTACIONES IZQUIERDO**, se ubicará en la provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, sector Mall de Los andes; domicilio de Nicolás Izquierdo, aquí estarán ubicadas las oficinas, bodegas y almacén de la empresa; Se escogió este sitio por cuanto existe una infraestructura adecuada para la misma, al mismo tiempo existe un fácil acceso vehicular para la entrada y salida de la mercadería, lo cual no retrasaría la entrega del producto al cliente.

**Ilustración 2.** Mapa de Ambato ubicación de la empresa Distribuciones Izquierdo



**Fuente:** Google Maps



### **2.3 Justificación**

La empresa Representaciones Izquierdo, será la encargada de impulsar las ventas de prendas de vestir con la marca BLUE SHARK, I. segmentando el mercado provincial, diseñando estrategias de comercialización encaminadas a posicionar la marca, como una de las mejores a nivel de la provincia, y que sea conocida y reconocida a nivel nacional.

Así mismo se diseñarán los modelos de ropa para hombres, mujeres, niños y niñas; investigando las tendencias actuales de la moda; tanto en colores, tipos de telas, temporada climática, etc.

La industria textil representa uno de los campos más competitivos de producción mundial, tanto así que ha crecido considerablemente a nivel mundial es por ello que los pequeños talleres se han transformado en empresas competitivas que producen masivamente, convirtiéndose en generadores de desarrollo.

En el Ecuador este sector ha crecido considerablemente, debido a las tendencias de moda y factores socioculturales que han influido al desarrollo de esta industria para ser una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 56.240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero (Pro Ecuador, 2016).

En la provincia de Tungurahua existen más 520 talleres y empresas dedicadas a la confección de prendas, sin descartar los talleres de ropa deportiva representando el 7.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Pelileo y Mocha (Pro Ecuador, 2016).

La sociedad como tal, al formar parte de un grupo social, están organizados para realizar procesos de producción de bienes y servicios por tal razón, los individuos de una sociedad cada día rompen paradigmas y no se limitan solo a procesos tecnológicos y económicos, sino que utilizan un conjunto de acciones entre los miembros de una sociedad para utilizar los recursos disponibles para emprender actividades netamente productivas, que aporten al desarrollo socio económico de los mismos. (Senplades, 2015).

Partiendo de lo anterior, la empresa Representaciones Izquierdo a través de este proyecto promueve el desarrollo del sector de la confección, impulsando la marca Blue Shark I, para producir y comercializar prendas de vestir acordes a los requerimientos de los clientes.

Este proyecto de justifica, por ser un respaldo bibliográfico en proyectos de inversión dentro de la industria de la confección, lo cual incentiva a pequeños emprendedores con una visión de negocios a ser productores generadores de desarrollo.

## **2.4 Objetivos**

### **2.4.1 Objetivo General**

Realizar un estudio de viabilidad que permita la creación de la empresa REPRESENTACIONES IZQUIERDO, para la producción y comercialización, de prendas de vestir con la marca BLUE SHARK I. en la Provincia de Tungurahua.

### **2.4.2 Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de comercialización de las prendas de vestir con la marca BLUE SHARK, I.
- Determinar la demanda insatisfecha sobre prendas de vestir, para el proyecto de la marca BLUE SHARK, I.
- Realizar el estudio técnico y financiero que permite determinar la viabilidad del proyecto.
- Proponer la creación de la empresa en base a los estudios realizados previamente.

## **2.5 Beneficiarios**

### **Externos**

Los principales beneficiarios serán los usuarios que tendrán la oportunidad de contar con la información necesaria al momento de adquirir las prendas de vestir de calidad, de una marca diferente, a precios asequibles para el nicho de mercado seleccionado.

## **Internos**

Los beneficiarios indirectos serán los trabajadores con los que se contará en la empresa REPRESENTACIONES IZQUIERDO, así como también el administrador y dueño de la misma, por cuanto, podrá aprovechar los beneficios que permite tener una marca patentada a nivel nacional. Además que a través de la promoción de los productos que se ofrecerán se podrá captar mayores clientes y consecuentemente se maximizarán sus ingresos.

## **2.6 Resultados a alcanzar**

Al ejecutar el proyecto de emprendimiento, Empresa REPRESENTACIONES IZQUIERDO; queremos solidificar la marca de prendas de vestir BLUE SHARK, I. a nivel local, provincial y llevarla a ser conocida a nivel nacional, dentro de este marco, se deben realizar planes de marketing, de comercialización y de distribución que ayuden a cristalizar las ventas de las prendas de vestir.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Descripción, características y usos del producto**

La confección de las prendas de vestir comenzará con el diseño de los modelos, tanto para hombres como para mujeres; esto iniciará en el taller ubicado en la casa del promotor del proyecto y gerente propietario de la empresa. Aprobado los diseños, se realizará un presupuesto de las telas, hilos y materiales a utilizar; para luego enviar a la confección de las prendas de vestir, tanto para hombres como para mujeres.

A inicios del siglo XX, se introdujo el algodón que impulsó la producción hasta la década del 50. Actualmente, la industria textil elabora productos provenientes de todo tipo de fibras, entre las que se encuentra el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. Existen grandes empresas de textiles que se ubican en parques industriales para optimizar sus recursos e implementar procesos de mejora ambiental (Pro Ecuador, 2014).

#### **Moda**

Por lo general los diseñadores de moda, crean estilos sofisticados para un público selecto, con costos demasiados altos, la tendencia actual es confeccionar prendas de vestir más asequibles, inspiradas en modelos de gama alta, para un público de clase media, media alta; donde se pueda elaborar una colección por cada temporada, (Tungate, 2016).

##### **3.1.1 Tipos de prendas de vestir**

Las prendas de vestir que comercializará la empresa REPRESENTACIONES IZQUIERDO, con la marca BLUE SHARK, I. está dirigida a hombres, mujeres, niños y niñas; con modelos nuevos, atractivos y de todo tipo de tallas; así como también con colores frescos, a la moda, juveniles, y sobre todo que se apeguen a la moda actual.

El tipo de tela a utilizar dependerá de la temporada climática que se presente al momento de diseñar, modelar, y lanzar al mercado nuevos modelos de ropa al mercado.

A continuación presentamos diferentes clases de telas que se utilizarán en el proceso de confección de las prendas de vestir, sus características, y algunos usos que se le puede dar a ese tipo de tela.

### **Tela de Algodón**

Es una fibra natural, es la más utilizada en el mundo y la tela más popular para la ropa en Ecuador y países como Estados Unidos. Es una tela conocida por su suavidad, encogimiento, versatilidad y ligereza.

**Ilustración 3. Tela de algodón**



**Fuente:** (Aliexpress, s.f.)

Muy utilizada en la fabricación de prendas como la Ropa infantil, Pijamas, Toallas.

**Ilustración 4. Ropa elaborada en tela de algodón.**



**Fuente:** (Aliexpress, s.f.)

### **Acrílicos**

Es un tejido similar a la lana que tiene la característica de presentar colores absolutamente nítidos y es una alternativa sumamente recomendable para sustituir la lana.

### Ilustración 5. Telas acrílicas



Fuente: (HÀNG THUẬN, s.f.)

Las prendas de vestir que podemos diseñar con este tipo de tela son: Camisetas, Blusas, Ropa infantil.

### Ilustración 6. Blusas en tela acrílica.



Fuente: (Pinterest, s.f.)

## Lycra

Es una tela de fibra sintética y muy elástica hasta una elongación de un 500% puede ser mate o metalizada se encuentra en una amplia gama de colores, posee mucha caída. Es un tejido duradero y de secado rápido.

### Ilustración 7. Tela Lycra



Fuente: (Value Village, s.f.)

Las prendas más destacadas que se fabrican con este tipo de tela son, los famosos Leggins, además de medias, calcetines, maillots, bañadores y bikinis, ropa que requiera un total ajuste al cuerpo.

**Ilustración 8. Prendas Leggins**



**Fuente:** (Aliexpress, s.f.)

### **Mezclilla (Dril de algodón o azul de Vergara)**

Azul, café o gris oscuro, tejido de alta torsión, para ropa de trabajo. Gruesa, delgada y cruda.

**Ilustración 9. Tela Mezclilla.**



**Fuente:** (Fashion Network, s.f.)

Con este tipo de tela se puede confeccionar Pantalones, gorros, tapices y ropa de trabajo.

**Ilustración 10. Ropa confeccionada con tela de mezclilla.**



**Fuente:** (Todoinfo, s.f.)

## **Poliéster**

Tela liviana, no encoge ni estira, resistente al moho, polillas y abrasión; lavable, no la afecta la luz solar ni el clima. Resistente a productos químicos, diversos usos dependiendo del hilado con que se mezcla.

**Ilustración 11. Tela tipo poliéster.**



**Fuente:** (Eusjandi, s.f.)

De las distintas prendas de vestir que se pueden fabricar con este tipo de tela destacamos las camisetas de cuello redondo.

**Ilustración 12. Camisetas**



**Fuente:** (Conmilogo, s.f.)

## **Rayón (Viscosa)**

Seda artificial, suave, acepta teñido, tiende a encogerse. Resiste temperaturas altas, aprestos y químicos.

**Ilustración 13. Tela rayón.**



**Fuente:** (Rodríguez, 2016)



De esta tela se pueden diseñar todo tipo de prendas de vestir, tanto para hombres como para mujeres. Del cual podemos destacar el vestido para mujeres.

**Ilustración 14. Vestido en tela Rayón**



**Fuente:** (Milanoo, s.f.)

### **Nailon o Nilón (Nylon)**

Tela de material sintético resistente a la abrasión y acción de químicos. Es elástica, fácil de lavar, de aspecto lustroso. Recupera su forma con facilidad, no es absorbente, seca rápido y admite algunos tipos de teñido.

**Ilustración 15. Tela de nylon.**



**Fuente:** (Dreamstime, s.f.)

Se emplea en la fabricación de géneros de punto y tejidos diversos. Medias, pantimedias, ropa interior para damas, calcetines, sweaters, chaquetas.

**Ilustración 16. Chaqueta en tela Nylon**



**Fuente:** (Melinterest, s.f.)

## **Popelín**

Tejido empleado originariamente para fines litúrgicos que adquiere su nombre del "Pope", sacerdote de la Iglesia Greco-Ortodoxa. Actualmente el popelín se fabrica en algodón peinado y mercerizado y ligamento tafetán.

**Ilustración 17. Tela popelin**



**Fuente:** (Faleric House, s.f.)

Con este tipo de tela se confeccionan blusas, camisas, así como ropa litúrgica.

**Ilustración 18. Ropa de niño en tela popelín**

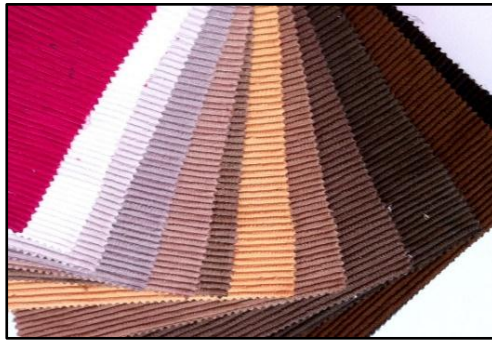


**Fuente:** (Pinterest, s.f.)

## **Pana**

Está hecho de algodón como también de rayón, puede ser lisa, cuadrada, abordonada, labrada, etc. Tradicionalmente la pana era el tejido típico de los campesinos, en los colores pardo o negro; hoy, fabricada en todos los colores y de grosores muy diversos, puede ser una tela ligera, liviana o pesada.

**Ilustración 19. Tela de pana.**



**Fuente:** (Melinterest, s.f.)

Utilizándose tanto para trajes, chaquetas, ropa exterior, pantalones, Short. Etc.

**Ilustración 20. Pantalones confeccionados en tela Pana, varios colores**



**Fuente:** (Vogue Chick, s.f.)

### **Jersey de punto**

Tejido transpirable para sentirse relajado todo el tiempo. Este estilo casual de polo puede ser fácilmente bordado, por lo que hace una prenda más elegante y sofisticada.

**Ilustración 21. Camisetas tipo Polo confeccionadas en jersey de punto.**



**Fuente:** (Walmart, s.f.)

## **3.2 Estudio de Mercado**

La investigación de mercados se puede considerar, como aquella que mediante la aplicación del método científico reúne, registra analiza e interpreta la información objetiva sobre los hechos que tienen lugar en el proceso de comercialización de productos o servicios para que el gerente pueda tomar decisiones con el menor grado de incertidumbre, es decir, disminuyendo el riesgo en la toma de decisiones (Holguín, 2012).

Con referencia a la cita anterior podemos decir que la investigación de mercados nos ayuda a definir las oportunidades de negocios; por medio del cual se genera información útil y necesaria en la toma de decisiones.

### **3.2.1 Segmentación de mercado**

Es aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas, (Bonta & Farber, 2003).

La información para el presente proyecto se obtiene de fuentes secundarias, datos obtenidos en el INEC del censo realizado en el año 2010.

**Variables de segmentación.-** Las variables que aplicaremos para la segmentación de mercado en el proyecto serán:

**Geográfica.-** Dividir un mercado en diferentes unidades geográficas como naciones, estados, regiones, municipios, ciudades o vecindarios. Sus variables son: región del mundo o país, región del país, tamaño de la ciudad o zona metropolitana, densidad y clima (Leon A., 2015).

**Demográfica.-** Por medio de esta variable se puede dividir un segmento de acuerdo a la edad, sexo u ocupación, entre otras.

**Psicográficas.-** Encargada de dividir en base a la clase social, estilo de vida. Conductiva básicamente divide en base al comportamiento del producto es decir en

base a los objetivos de compra, modo de uso, actitud, (Pérez & Pérez, 2010).

El mercado meta para este proyecto será el Cantón Ambato, de donde tomaremos como segmento la población económicamente activa (PEA).

### 3.2.2 Población económicamente activa (PEA)

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)” (INEC, 2010).

**Tabla 2. Segmentación de variables**

VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	VARIABLE	DATOS	FUENTE/AÑO
GEOGRÁFICA	Población provincia de Tungurahua	504.583	INEC / CENSO 2010
	Población cantón Ambato	329.856	
GEOGRÁFICAS	Población provincia de Tungurahua. Proyectada al 2016	546.060	INEC / Proyección Realizada de Acuerdo a la Tasa de Crecimiento Poblacional 2010-2016, (TCP = 1,52%)
	Población cantón Ambato. Proyectada al 2016	356.970	
DEMOGRÁFICAS	De la población total, el 69,8% está en edad de trabajar (Cantón Ambato)	249165.0	INEC
	El 67,8% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa (PEA). (Cantón Ambato)	168933.0	INEC
PSICOGRÁFICAS	Población económicamente activa del cantón Ambato HOMBRES	81856.08	INEC
	Población económicamente activa del cantón Ambato MUJERES	87077.91	INEC

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

De los datos obtenidos podemos decir: que la población en edad de trabajar en el cantón Ambato al 2016, es de 249.165 habitantes. Así mismo mencionamos que la población económicamente activa del cantón Ambato al 2016 es de 168933 habitantes.

### 3.2.3 Muestra

Se entiende por muestra una porción del total de la población, la cual se determinará por medio de una fórmula, que nos ayudará a realizar el estudio del proyecto. Según Tamayo, T. (2003), es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”.

La muestra para este proyecto se calculará en base a la población económicamente activa del cantón Ambato, la cual es de 168.933 habitantes.

#### FORMULA:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Es el tamaño de la población o universo.

Z: Valor Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza que es del 95% por lo que Z será el 1.96. Según la tabla de distribución de Gauss.

E: Es el error muestral, que será del 5%, = 0,05.

D: Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5

Al aplicar los valores a la formula tenemos (demanda):

$$n = \frac{1.96^2 * 0.05 * 0.05 * 168933}{0.05^2(860 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.05}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Para determinar la demanda y oferta se aplicó 383 encuestas en la ciudad de Ambato, la misma que se realizó a diferentes habitantes de la Ciudad de Ambato. (Ver encuesta ANEXO 1).

### 3.2.4 Análisis de los resultados, (Encuesta de la demanda y oferta).

#### 1.- ¿Ud. Compra ropa de marcas conocidas?

Tabla 3. Pregunta 1

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	96	25%
NO	206	54%
A VECES	81	21%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

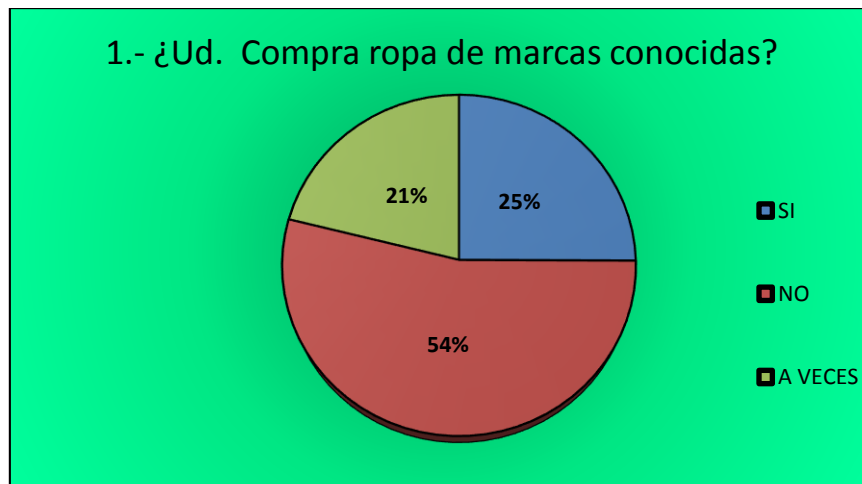


Ilustración 22. Pregunta 1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

#### Análisis e interpretación.

El 54% de los encuestados manifiesta que no compra prendas de vestir de marcas conocidas, el 25% si lo hace, mientras que el 21% a veces piensa en una marca para comprar ropa.

De los resultados anteriores se puede decir que un 25% del mercado meta busca una marca específica de ropa al momento de comprar; se debe aplicar estrategias de ventas para ofertar la marca BLUE SHARK. I. al 75% restante.

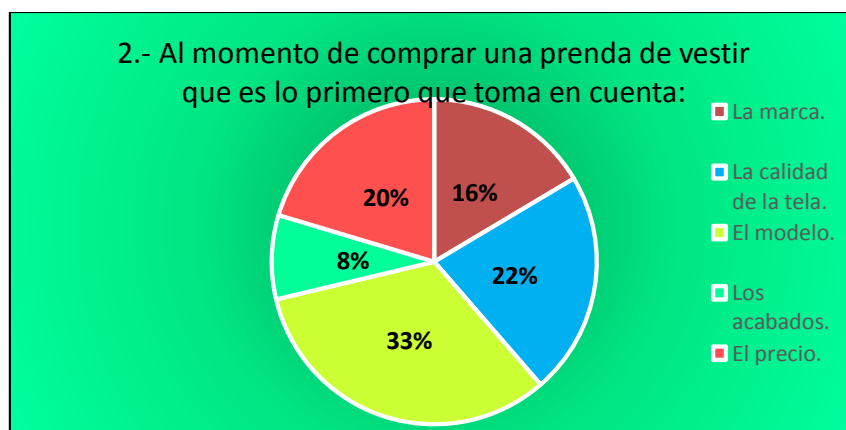
**2.- Al momento de comprar una prenda de vestir que es lo primero que toma en cuenta:**

**Tabla 4. Pregunta 2**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
La marca.	63	16%
La calidad de la tela.	85	22%
El modelo.	125	33%
Los acabados.	32	8%
El precio.	78	20%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 23. Pregunta 2**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Análisis e interpretación**

El 16% de la muestra toma en cuenta la marca al momento de comprar prendas de vestir, el 22% prefiere revisar la calidad de las prendas de vestir, en especial las telas; mientras que el 33% toma en cuenta el modelo de la ropa, un 8% se fija en los acabados, por último el 20% tiene en cuenta los precios.

Se puede concluir que para la mayoría de los encuestados es importante el modelo, los precios y la calidad de las telas a la hora de comprar una prenda de vestir; se debe tener en cuenta estos resultados al momento del diseño, y confección.



### 3.- ¿Qué marca de ropa usa o prefiere Ud.?

Tabla 5. Pregunta 3

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pat Primo	24	6%
Blue Dot	28	7%
Levis.	44	11%
Diésel.	56	15%
Cero negativo	23	6%
No tengo una marca preferida	208	54%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

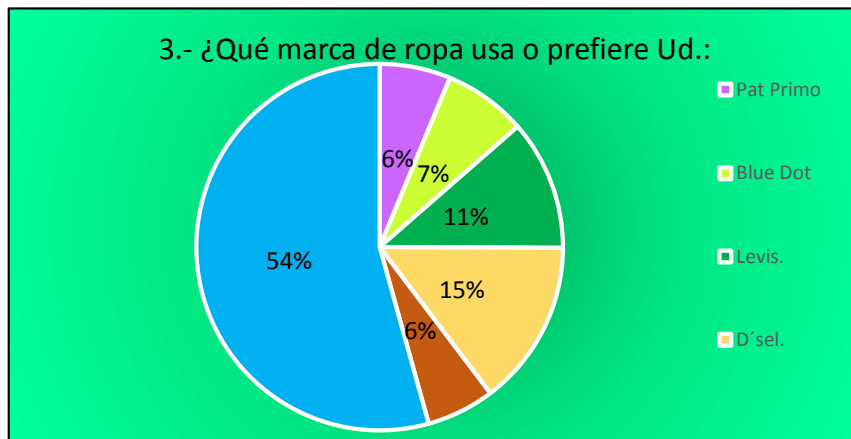


Ilustración 24. Pregunta 3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

#### Análisis e interpretación

El 54% de la muestra manifiesta que no tiene una marca de ropa preferida, el 15% busca la marca Diesel, el 11% prefiere la marca levis a la hora de comprar ropa jeans; así mismo el 7% prefiere la marca Blue Dot, el 6% la marca Pat Primo y el 6% busca la marca Cero Negativo.

Se debe considerar las marcas de ropa Pat primo, Levis, Diesel, Blue Dot y cero negativos competencia directa al momento de lanzar al mercado la marca de prendas de vestir BLUE SHARK. I.

#### 4.- ¿Que prendas de vestir usa con más frecuencia? (puede seleccionar varias)

Tabla 6. Pregunta 4

OPCIONES	(VALORES ABSOLUTOS)	FRECUENCIA	% DE LA FRECUENCIA	% VALORES ABSOLUTOS
Pantalones	383	81	21%	100%
Blusas	199	42	11%	52%
Camisetas.	383	81	21%	100%
Capris.	65	14	4%	17%
Camisas.	125	26	7%	33%
Exterior deportivo	165	35	9%	43%
Vestidos	90	19	5%	23%
Short	85	18	5%	22%
Sweater	86	18	5%	22%
Chaquetas/Chompas	162	34	9%	42%
Bermudas	75	16	4%	20%
$\Sigma$		<b>383</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

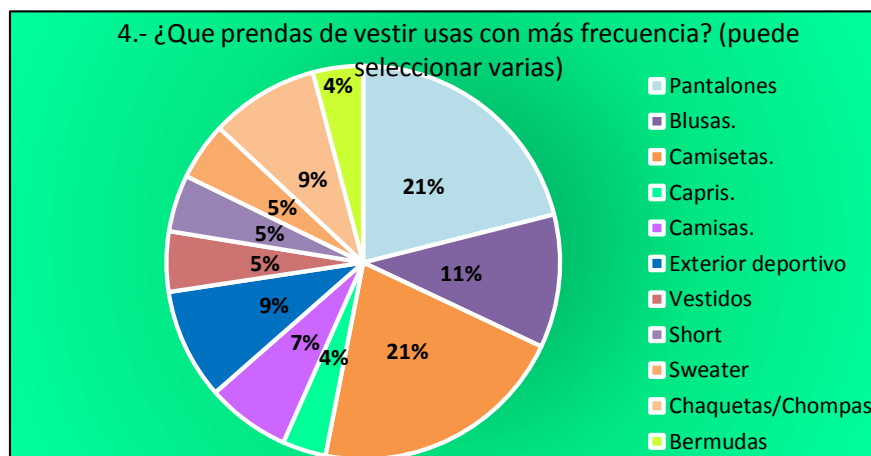


Ilustración 25. Pregunta 4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

#### Análisis e interpretación

De los resultados obtenidos se observa que el 100% de los encuestados usa pantalones y camisetas, es decir hombres y mujeres; el 52% a utiliza blusa, esto es todas las mujeres encuestadas, el 43% de la muestra utiliza un exterior deportivo, el 33% una camisa. Concluimos que las prendas de vestir que más utiliza la población son pantalones, camisetas y las blusas, como prenda diaria de vestimenta, y serán los productos que se deban diseñar y confeccionar con la marca BLUE SHARK I.

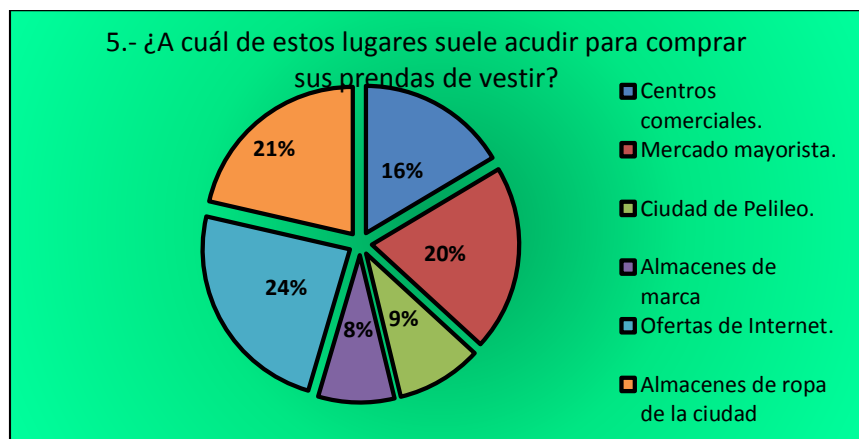
**5.- ¿A cuál de estos lugares suele acudir para comprar sus prendas de vestir?**

**Tabla 7. Pregunta 5**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros comerciales.	63	16%
Mercado mayorista.	78	20%
Ciudad de Pelileo.	36	9%
Almacenes de marca	32	8%
Ofertas de Internet.	92	24%
Almacenes de ropa de la ciudad	82	21%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 26. Pregunta 5**  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Análisis e interpretación**

Con relación a los lugares donde las personas acuden a comprar sus prendas de vestir, el 16% lo hace en los Centros Comerciales, como el Teófilo López; el 20% va al mercado mayorista, un 9% visitan la Ciudad de Pelileo y su feria de ropa, un 8% compra en almacenes de marca exclusiva, ejemplo Totto; el 24% muestra interés en las compras por internet y el 21% realiza sus compras en los almacenes de la ciudad de Ambato.

Podemos concluir que las ventas por internet es una buena opción de mercado potencial, así como los almacenes de la ciudad, ya que ellos ofertan ropa de toda marca.

## 6.- ¿Qué prendas de vestir compra Ud. con más frecuencia?

Tabla 8. Pregunta 6

RANGO TIEMPO	PANTALÓN		CAMISETA		BLUSA		EXTERIOR DEPORTIVO		OTRO (Camisa, short, bermuda)		PORCENTAJE POR RANGO TIEMPO
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE
1 - 3 mes	10	3%	115	30%	102	51%	2	1%	18	5%	17%
3 - 6 meses	95	25%	153	40%	55	28%	6	4%	46	11%	23%
6 - 9 meses	156	40%	74	19%	23	12%	43	26%	96	25%	26%
9 - 12 meses	85	22%	31	8%	15	8%	52	32%	148	39%	22%
Mayor a un año	37	10%	10	3%	4	2%	62	38%	75	20%	12%
Σ	383	100.0%	383	100.0%	199	100.0%	165	100.0%	383	100.0%	100.0%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

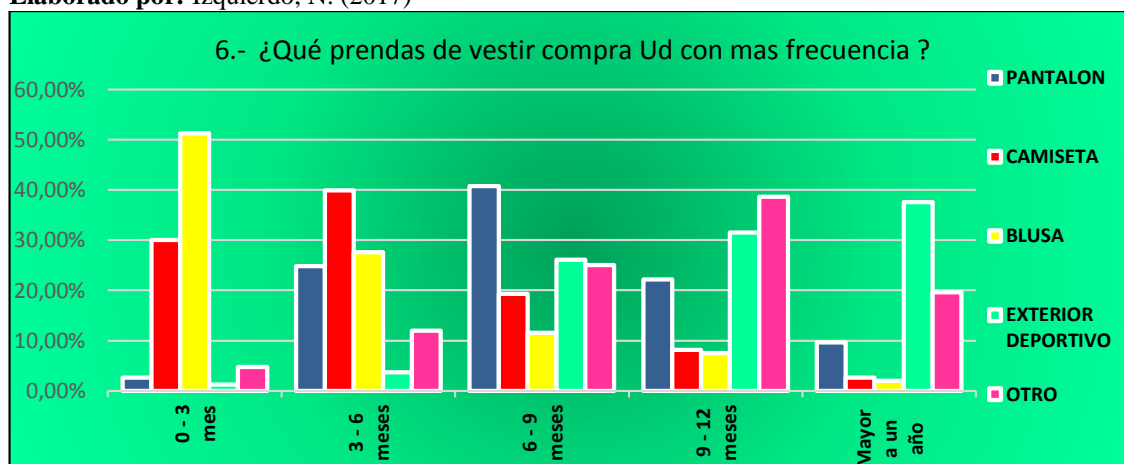


Ilustración 27. Pregunta 6

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

### Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados de la tabla anterior se observa que un 65% de la muestra adquiere un pantalón en un rango de 3 a 9 meses, es decir un 10% mensual; así mismo se debe mencionar que el 70% de los encuestados compran una camiseta en un rango de 1 a 6 meses, en promedio un 12% mensual; Las blusas tienen la misma similitud de resultados que las camisetas. De igual manera se puede analizar que un 60% compra un exterior deportivo en un periodo de 6 a 12 meses, así mismo el estudio revela que las personas compran otras prendas de vestir, como camisas, short, interiores, medias, entre otras no muy seguidamente.

## 7.- ¿Cuánto destina en promedio Ud. para comprar una prenda de vestir?

Tabla 9. Pregunta 7

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
US\$10	65	16.97%
Entre US\$20 y US\$40	116	30.29%
Entre US\$40 y US\$60	78	20.37%
Entre US\$60 y US\$80	56	14.62%
Entre US\$80 y US\$100	36	9.40%
Más de US\$100	32	8.36%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)



Ilustración 28. Pregunta 7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

### Análisis e interpretación

En relación a los resultados se observa que un 36% de la muestra encuestada destina 20 dólares para comprar una prenda de vestir, un 28% entre 20 y 40 dólares; de igual manera un 16% proyecta gastar entre 40 y 60 dólares, un 12% gasta entre 60 y 80 dólares para una prenda de vestir, por último el 9% predestina 80 dólares o más para esta actividad.

En tal sentido los precios de introducción para las prendas de vestir que se fabriquen con la marca BLUE SHARK I. Deben estar en un rango de 10 a 40 dólares.

## 8.- ¿Estaría dispuesto a probar una nueva marca de ropa?

Tabla 10. Pregunta 8

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	257	67%
NO	126	33%
$\Sigma$	383	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

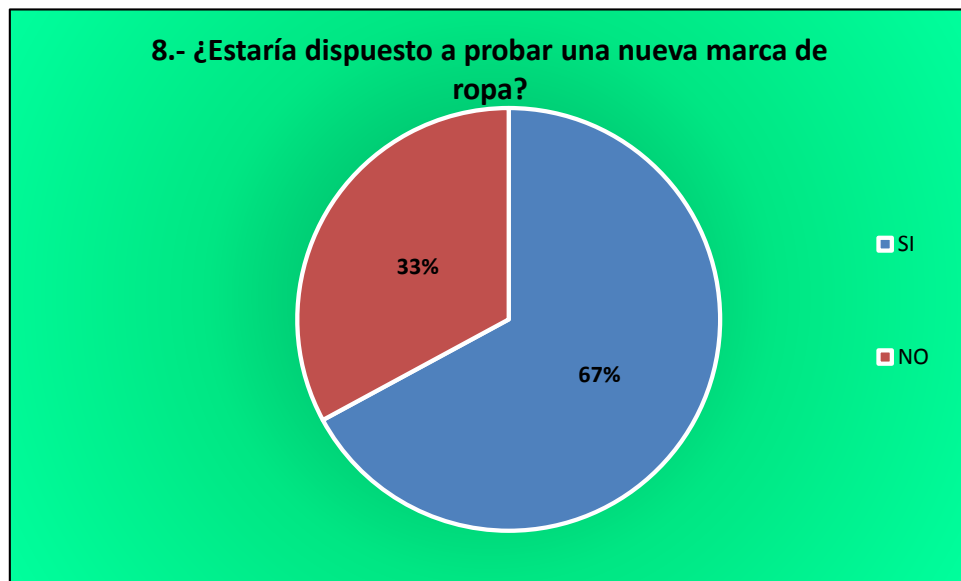


Ilustración 29. Pregunta 8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

### Análisis e interpretación

El 67% de los encuestados han manifestado que si probarían una nueva marca de ropa, el 33% dice que no, por cuanto tienen afinidad a marcas conocidas del mercado.

Estos resultados abren oportunidad de crear la marca BLUE SHARK I. y poder penetrar en este segmento de mercado.

**9.- ¿A escuchado Ud. de la marca de ropa BLUE. SHARK. I?**

**Tabla 11. Pregunta 9**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	13%
NO	336	88%
$\Sigma$	384	100%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 30. Pregunta 9**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Análisis e interpretación**

El 93% de la muestra en estudio manifiesta no conocer la marca de ropa BLUE SHARK. I. y el 7% si ha escuchado de la marca.

Podemos concluir que casi el total de la población no conoce de la marca BLUE. SHARK. I. por lo que se debe crear estrategias de comercialización, marketing, y ventas para dar a conocer la marca en la Ciudad de Ambato.

**10.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre prendas de vestir que se confeccionan en la ciudad de Ambato?**

**Tabla 12. Pregunta 10**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	96	25.07%
Televisión	105	27.42%
Prensa	68	17.75%
Volantes	43	11.23%
Internet	56	14.62%
Otros.	15	3.92%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 31. Pregunta 10**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos el 25% de la población manifiesta que le gustaría informarse por el medio radial, el 27% prefiere la televisión, un 18% le gusta la prensa escrita para orientarse sobre los productos nuevos; el 11% ve a la comunicación por medios de hojas volantes como algo llamativo para recibir la información sobre las prendas de vestir, un 15% exterioriza que el Internet es una excelente herramienta de comunicación.

Se debe tomar en cuenta los resultados analizados para realizar el plan de comunicación y publicidad, y poder llegar a todo el mercado meta establecido en este estudio.



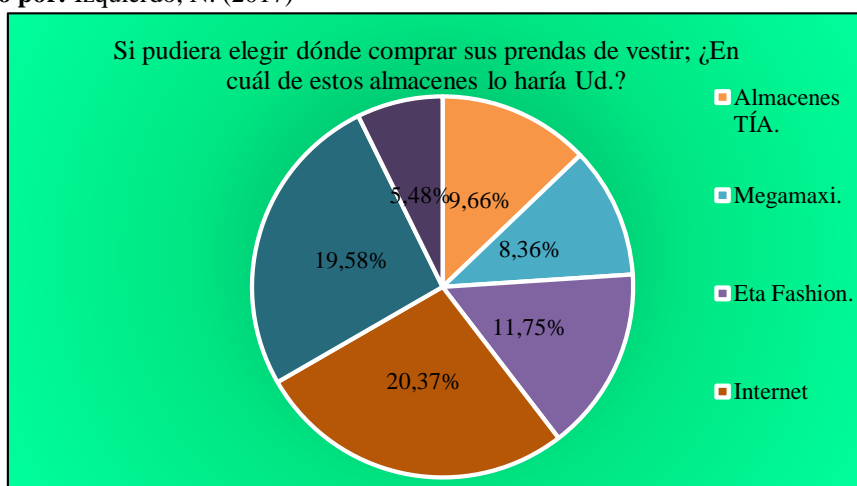
**11.- Si pudiera elegir dónde comprar sus prendas de vestir; ¿En cuál de estos almacenes lo haría Ud.?**

**Tabla 13. Pregunta 11**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes TÍA.	37	9.66%
Megamaxi	32	8.36%
Eta Fashion	45	11.75%
Internet	78	20.37%
Mercado Mayorista	75	19.58%
Centro Comercial Teófilo López.	21	5.48%
Otros	95	24.80%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 32. Pregunta 11**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Análisis e interpretación**

Según los datos obtenidos el 10% de la muestra compra sus prendas de vestir en los Almacenes Tía, un 8% acude al Megamaxi sección ropa, los que prefieren ir a ETA FASHION es el 12%, un 20% compraría vía online, el mercado mayorista es otro centro comercial muy aceptado por la población con un 20%, por último los que prefieren ir al Teófilo López es el 5%.

De estos resultados se analiza que existen Almacenes con marcas propias, como Megamaxi o Eta Fashion, que son competencia directa. Se debe tomar en cuenta a estas tiendas para ofertar las prendas de vestir con la marca BLUE. SHARK I.

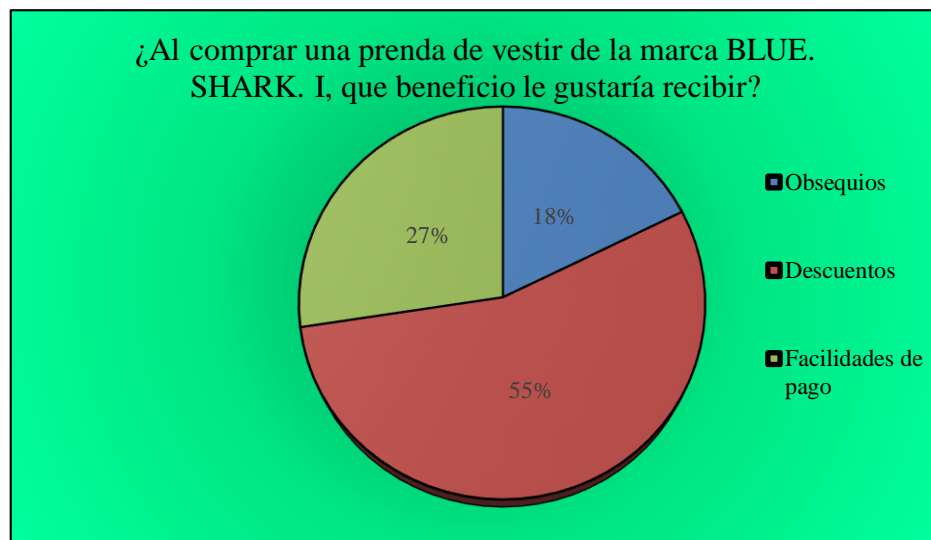
**12.- ¿Al comprar una prenda de vestir de la marca BLUE. SHARK. I, que beneficio le gustaría recibir?**

**Tabla 14. Pregunta 12**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Obsequios	<b>68</b>	18%
Descuentos	<b>210</b>	55%
Facilidades de pago	<b>105</b>	27%
$\Sigma$	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 33. Pregunta 12**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Análisis e interpretación**

En base al gráfico, un 18% de los encuestados manifiesta que los obsequios son llamativo al comprar prendas de vestir de la marca BLUE. SHARK. I., el 55% elije los descuentos; y el 27% le gustaría recibir facilidades de pago.

Hay que tener en cuenta los resultados al momento de plantear las estrategias de ventas, planteando los descuentos, como políticas de ventas apropiadas al producto.

### 3.3 Estudio de la demanda

Según Kotler P. & Armstrong G. (2012) "La demanda representa a la cantidad de un producto que las personas están dispuestos a adquirir a los posibles precios del mercado".

Mientras que para el autor Soriano C. (2013), "La Demanda es la cantidad de personas que requieren cierto servicio/producto".

Entonces podemos decir que la demanda para el presente proyecto será la cantidad de prendas de vestir que se oferten para un determinado mercado, segmentado por las diferentes variables, geográficas, demográficas o psicográficas; a precios competitivos.

#### a. Estudio de la demanda de personas

Para el cálculo de la demanda de personas que comprarían el producto anualmente, se tomará como base los resultados de la pregunta N°. 8 de la encuesta.

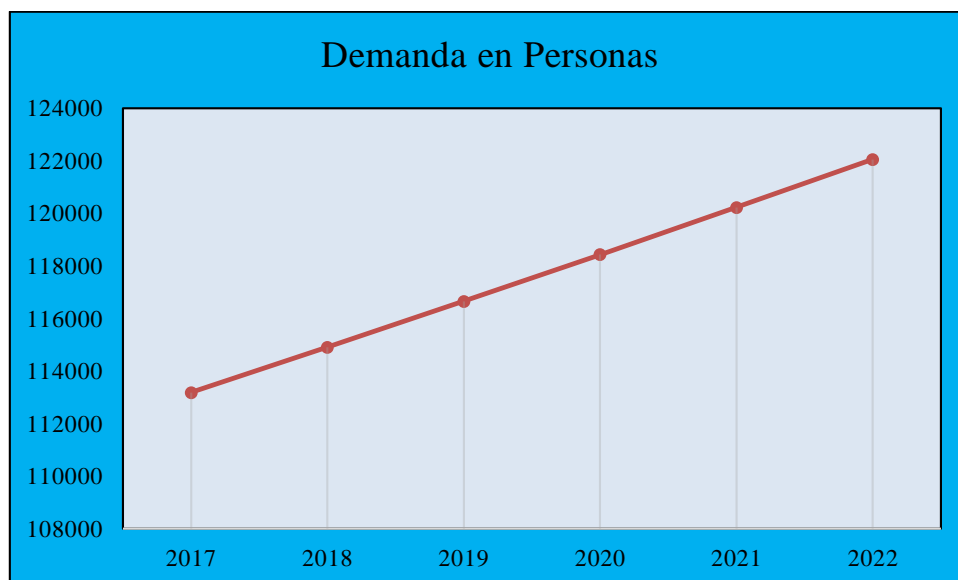
**Tabla 15. Cálculo de la Demanda en personas**

<b>Año</b>	<b>Total Población</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>TCP</b>
2017	113186	54329	58857	1.52%
2018	114906	55155	59751	1.52%
2019	116653	55993	60660	1.52%
2020	118426	56845	61582	1.52%
2021	120226	57709	62518	1.52%
2022	122054	58586	63468	1.52%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

Analizando los datos anteriores se puede decir que la población que aceptaría comprar prendas de vestir de una marca nueva como BLUE SHARK I. es el 67%, esto será 113.186 personas; de los cuales 54.329 hombres y 58.857 mujeres, al inicio del presente plan.



**Ilustración 34. Proyección de la Demanda**  
Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

Demanda proyectada a los próximos 5 años con el 1,52% de la tasa de crecimiento poblacional publicada en el INEC.

### b. Estudio de la demanda en producto

La demanda del producto está calculada de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 6 ¿Qué prendas de vestir compra Ud. con más frecuencia, y en qué tiempo? Calculado del total de la población económicamente activa.

**Tabla 16. Datos para el Cálculo de la Demanda**

RANGO TIEMPO	PANTALÓN				CAMISETA			BLUSA			EXTERIOR DEPORTIVO			OTRO (Camisa, short, bermuda)		
	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	PORCENTAJE	POBLACIÓN	TOTAL CONSUMO ANUAL	PORCENTAJE	POBLACIÓN	TOTAL CONSUMO ANUAL	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CONSUMO ANUAL	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CONSUMO ANUAL	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CONSUMO ANUAL
1 - 3 mes	4	13	14714	58857	30	33956	135823	51	57725	230899	36	40747	162988	20	22637	90549
3 - 6 meses	2	25	28297	56593	40	45274	90549	28	31692	63384	7	7923	15846	16	18110	36220
6 - 9 meses	1.3	40	45274	60215	19	21505	28602	12	13582	18064	25	28297	37634	25	28297	37634
9 - 12 meses	1	22	24901	24901	11	12450	12450	9	10187	10187	32	36220	36220	39	44143	44143
Σ		100	113186	200566	100	113186	267425	100	113186	322535	100	113186	252688	100	113186	208545
															<b>T. DEMANDA</b>	
															<b>1251758</b>	

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

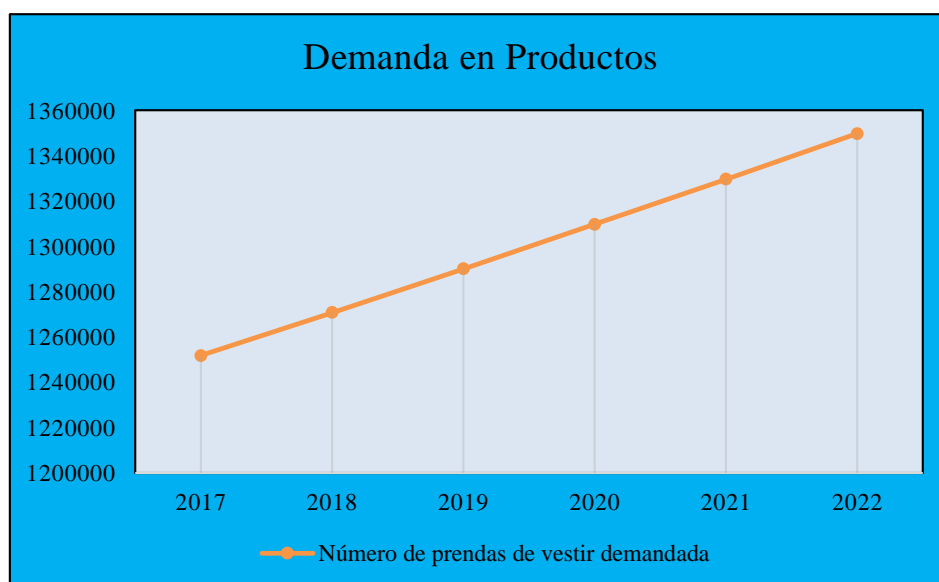
**Tabla 17. Cálculo de la Demanda en productos**

<b>AÑO</b>	<b>Número de prendas de vestir demandada</b>	<b>TCP</b>
2017	1251758	1.52%
2018	1270785	1.52%
2019	1290101	1.52%
2020	1309710	1.52%
2021	1329618	1.52%
2022	1349828	1.52%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

Se la hace de acuerdo al resultado total anteriormente calculado, y proyectado para los próximos 5 años de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional.



**Ilustración 35. Proyección de la Demanda en productos**

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

### **Análisis**

De acuerdo a estos resultados se puede decir que la demanda del producto es de 1251758 prendas de vestir para el 2017, e incrementará para los próximos 5 años, hasta llegar 1349828 en el año 2022, con un crecimiento proporcional del 1,52% anual.

### **3.4 Estudio de la oferta**

La oferta es el fenómeno correlativo de la demanda, se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta

se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado" (Fisher & Espejo, 2011).

Así mismo Kotler & Armstrong, (2012) manifiesta que la oferta es la "cantidad de productos o servicio que los empresarios están dispuestos a producir a un determinado precio".

#### a. Estudio de la Oferta en producción

Para el cálculo de la oferta, se ha investigado a cuatro empresas de confección de prendas de vestir, las cuales facilitaron datos históricos de sus ventas promedio mensuales en el último año; en cuanto a prendas como pantalones, camisetas, blusas, entre otras. Se indagó que en la ciudad de Ambato existen 45 pymes manufactureras de prendas de vestir, según el INEC, con esta información se ha calculado la oferta actual de prendas de vestir en la Ciudad de Ambato.

**Tabla 18. Cálculo de la Oferta**

<b>OFERTA MENSUAL DE PRENDAS DE VESTIR DE EMPRESAS EN AMBATO</b>					<b>OFERTA ANUAL TOTAL PYMES AMBATO</b>		
	<b>INDUTEX</b>	<b>EMPRESA STATIC MODA</b>	<b>EMPRESA MARQ JEANS</b>	<b>STUDIO 86</b>	<b>PROMEDI O MENSUAL</b>	<b>PYMES TEXTILES AMBATO</b>	<b>TOTAL PRENDAS DE</b>
PANTALONES	8000	9000	6400	4500	6975	45	313875
CAMISETAS	15000	7500	5000	4500	8000	45	360000
BLUSAS	5000	3000	3500	2800	3575	45	160875
OTRO (Camisa, short, bermuda)	4000	2500	1900	2000	2600	45	117000
<b>TOTAL OFERTA</b>							<b>951750</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

Se puede concluir que la oferta anual de prendas de vestir en la ciudad de Ambato es de 313.875 pantalones, 313.875 camisetas, 160.875 blusas, 117.000 entre otras prendas (Camisa, Short, bermudas), dando un total de 951.750 prendas de vestir, en promedio, de producción anualmente.

#### b. Oferta proyectada

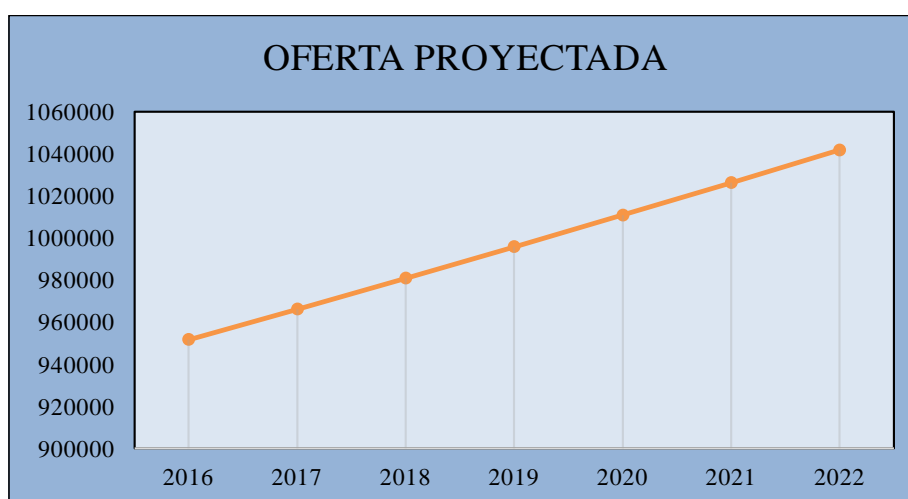
En el cálculo de la oferta proyectada se ha considerado, el promedio de la tasa de crecimiento poblacional TCP del último año.

**Tabla 19. Oferta Proyectada**

AÑO	OFERTA PROYECTADA	TCP
2016	951750	
2017	966217	1.52%
2018	980903	1.52%
2019	995813	1.52%
2020	1010949	1.52%
2021	1026316	1.52%
2022	1041916	1.52%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 36. Proyección de la Oferta**

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

### **Análisis**

Según los datos obtenidos en la tabla anterior, se ha determinado la oferta para los próximos 5 años es 966.217 prendas de vestir para el 2017, siendo para el 2022 un promedio de 1041916 prendas de vestir.

### **3.5 Mercado Potencial para el proyecto**

"Es el porcentaje de mercado que aún no está totalmente cubierto, cuyo valor se determina luego de obtener la demanda y la oferta pues la diferencia que existente se la considera como la demanda potencial insatisfecha" (Baca Urbina, 2010).

Según el autor Mangonez (2012), "Es la cantidad de bienes o servicios posiblemente

que pueden ser consumidos en un mercado en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo".

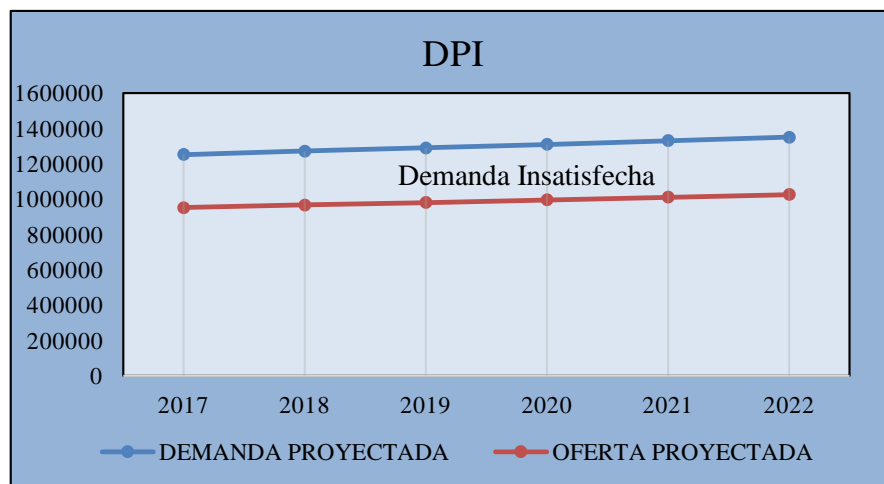
**Tabla 20. Cálculo del DPI**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2017	1251758	951750	300008
2018	1270785	966217	304568
2019	1290101	980903	309197
2020	1309710	995813	313897
2021	1329618	1010949	318669
2022	1349828	1026316	323512

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 21 se observa la demanda potencial insatisfecha para el presente proyecto es de 300.008 prendas de vestir, determinada por la diferencia de la demanda y oferta actual, por tanto esto constituye una oportunidad para este proyecto.



**Ilustración 37. DPI Proyectada**  
**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

### **Análisis**

Como ya se mencionó anteriormente, y de acuerdo a la Ilustración N°. 37, existe una demanda insatisfecha de prendas de vestir, camisetas, pantalones, blusas, camisas; de aproximadamente 300.008 unidades anuales. Lo cual se da por que las personas no han encontrado el producto que se ajuste a sus necesidades.

### **3.6 Precio**



Precio es el "Monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio" (Econlink, 2008).

"Cantidad de dinero necesario para adquirir en intercambio un bien o servicio para satisfacer una necesidad o deseo", (Kotler & Armstrong, 2012).

A partir de estos conceptos se puede definir al precio como la cantidad de dinero que se paga por un producto o servicio, el cual puede tener variaciones que pueden ser influidas por la demanda u oferta.

### a. Cálculo del precio

El precio estará determinado para cada prenda de vestir, sin embargo, para el proyecto lo determinaremos de acuerdo a los resultados de la pregunta N° 8. ¿Cuánto destina en promedio Ud. para comprar una prenda de vestir?

**Tabla 21. Cálculo del Precio**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
US\$10	136	36%
Entre US\$20 y US\$30	106	28%
Entre US\$40 y US\$60	62	16%
Entre US\$60 y US\$80	46	12%
Entre US\$80 y US\$100	25	7%
Más de US\$100	8	2%
Σ	<b>383</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta Pregunta N° 8

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

De acuerdo a los resultados presentados en la tabla anterior, se concluye que la mayoría de la población, el 64%, destina entre 10 y 30 dólares para comprar una prenda de vestir; para lo cual procedemos a promediar el valor mayor con el menor para tener el valor estimado de precio.

$$\text{Precio Promedio} = \frac{10 + 30}{2} = 20$$

Por lo tanto el precio promedio es de 20 dólares por cada uno de los productos que se van a adquirir.

### b. Proyección del precio

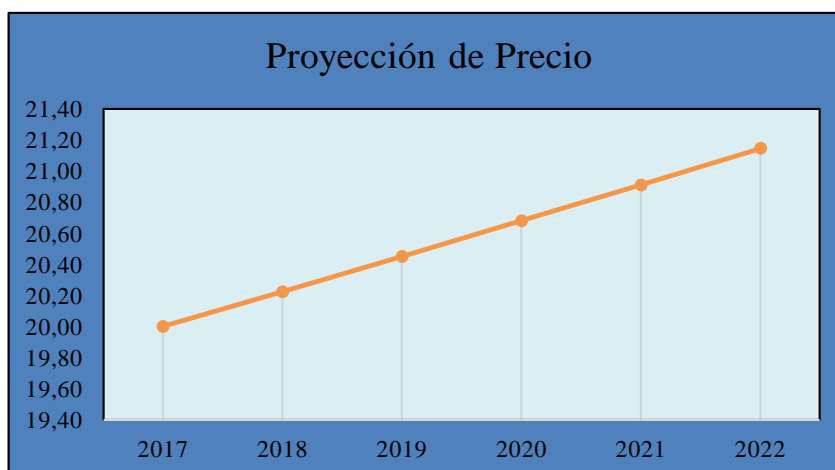
Para la proyección del precio se tomará en cuenta el valor de la inflación acumulada del 2016, publicada por el banco central del Ecuador, la cual es de 1,12%.

**Tabla 22. Proyección de Precio**

AÑO	PRECIO PROYECTADO	INFLACIÓN 2016
2017	20	1.12%
2018	20.22	1.12%
2019	20.45	1.12%
2020	20.68	1.12%
2021	20.91	1.12%
2022	21.15	1.12%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)



**Ilustración 38. Proyección del Precio**

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

Se concluye que el precio estimado para una prenda de vestir al 2017 es de 20.00 dólares, hasta llegar al 2022 con un valor de 21.15, tal cual se aprecia en la Ilustración N°. 38.

### 3.7 Canales de comercialización

Los canales de comercialización son los mecanismos utilizados para acercar los productos desde el punto de producción hasta el consumidor final, a efectos a su disposición los productos que satisfagan sus necesidades, mediante la generación de diferentes flujos comerciales.

Según Ramírez R. (2016) "Son el conjunto de circuitos a través de los cuales se establece la relación entre producción y consumo, a efectos de hacer disponibles los bienes para los consumidores, mediante la articulación de los distintos flujos de comercialización: de bienes, informativos, financieros".

Estos canales de comercialización pueden ser directos o indirectos:

### **Canal directo de comercialización**

Lo conforma el equipo de ventas personalizado, así como los vendedores mayoristas; se debe tomar en cuenta las ventas directas por internet.

- **Venta Directa.-** la realizan los vendedores los cuales visitan los diferentes almacenes y tiendas donde se distribuye nuestras prendas.
- **Redes Sociales.-** es un canal muy económico ya que no tiene costo por su aplicación y mediante el cual la empresa tienen mucha interacción con el cliente donde pueden dar sus quejas y sugerencias y al mismo tiempo solicitar sus pedidos. Hoy por hoy las redes sociales representa el medio más amplio para dar a conocer los productos de la empresa y posicionar su imagen.

### **Canal indirecto de comercialización**

Son todos los almacenes a donde se distribuya nuestro producto, para luego ser ofertado al consumidor final.

## **3.8 Canales de Distribución**

Un canal de distribución "Es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial" (Kotler & Armstrong, 2012) .

Partiendo de lo antes dicho, los canales de distribución son: las vías y conductos que se utilizan para la distribución comercial de un producto o servicio, y este llegue desde el punto de producción o fabricación al punto de distribución final, donde se incluyen las organizaciones inmersas, que directa o indirectamente participan en este proceso.

Para la empresa Representaciones Izquierdo por ser una empresa pequeña familiar los canales a utilizar le permitirán tener mucha presencia y disponibilidad del producto al alcance del consumidor final lo cual genera que los minoristas tengan un manejo especializado de los productos.



**Ilustración 39. Canales de Distribución**

**Fuente:** (Sanchez F.)

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

### 3.9 Estrategias de comercialización

Para poder establecer las estrategias de comercialización es necesario primeramente realizar un análisis FODA, que nos permitirá realizar un análisis interno y externo de la empresa.

#### 3.9.1 ANÁLISIS FODA

**Tabla 23. Análisis FODA**

Análisis FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Conocimiento en el ámbito productivo</b></li> <li>• <b>Personal capacitado</b></li> <li>• <b>Infraestructura propia</b></li> <li>• <b>Diseños variados</b></li> <li>• <b>Precios accesibles</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de materia prima.</li> <li>• Respaldo del instituciones gubernamentales.</li> <li>• Amplia demanda</li> <li>• Préstamos para emprendimientos.</li> <li>• Acuerdos comerciales</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estructura organizacional nula</b></li> <li>• <b>Inversiones limitadas</b></li> <li>• <b>Imagen no posicionada</b></li> <li>• <b>Publicidad nula</b></li> <li>• <b>Producción no tecnificada</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia excesiva</li> <li>• Inestabilidad política</li> <li>• Recesión económica del país</li> <li>• Productos extranjeros a menor costo</li> <li>• Incrementos de impuestos</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

### 3.9.2 Perfil de Capacidad Interna

Tabla 24. Matriz PCI

PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA									
DETALLE	Fortaleza			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Conocimiento en el ámbito productivo	x						x		
Personal capacitado	x						x		
Infraestructura propia	x							x	
Diseños variados		x						x	
Precios accesibles		x					x		
Estructura organizacional nula					x			x	
Inversiones limitadas					x				x
Imagen no posicionada				x				x	
Publicidad nula					x			x	
Producción no tecnificada				x					x
<b>Suma por columna</b>	3	2	0	2	3	0	3	5	2
<b>Total Valor Impacto</b>	15	4	0	10	6	0	15	10	2
<b>F&gt;D</b>	<b>19</b>			<b>16</b>					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

Tabla 25. Ponderación Matriz PCI

FORTALEZAS	PESO FACTOR	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Conocimiento en el ámbito productivo	0.14	4	0.56
Personal capacitado	0.14	4	0.56
Infraestructura propia	0.12	4	0.48
Diseños variados	0.12	3	0.36
Precios accesibles	0.14	3	0.42
DEBILIDADES	PESO FACTOR	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Estructura organizacional nula	0.08	4	0.32
Inversiones limitadas	0.08	3	0.24
Imagen no posicionada	0.06	4	0.24
Publicidad nula	0.06	4	0.24
Producción no tecnificada	0.06	3	0.18
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.6</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

Realizada la ponderación de la Matriz PCI, se obtiene un valor de 3.6 que es un valor mayor al promediado 3.5, entre el número mayor y menor (4 y 3). Por lo tanto las fortalezas de la empresa son altas y ayudará a dar soluciones las debilidades.

### 3.9.3 Perfil de Oportunidades y Amenazas

Tabla 26. Matriz POAM

<b>PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EXTERNAS</b>									
<b>Detalle</b>	<b>Oportunidad</b>			<b>Amenaza</b>			<b>Impacto</b>		
	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
Disponibilidad de materia prima.	x						X		
Respaldo del instituciones gubernamentales.		x						X	
Amplia demanda	x							X	
Préstamos para emprendimientos.	x						X		
Acuerdos comerciales		x						X	
Competencia excesiva				x			X		
Inestabilidad política					x			X	
Recesión económica del país						x		X	
Productos extranjeros a menor costo				x			X		
Incrementos de impuestos						x			x
<b>Suma por columna</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
<b>Total Valor Impacto</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
<b>F&gt;D</b>	<b>17</b>			<b>13</b>					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

Tabla 27. Ponderación Matriz POAM

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PESO FACTOR</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN N</b>
Disponibilidad de materia prima.	0.14	4	0.56
Respaldo del instituciones gubernamentales.	0.14	3	0.42
Amplia demanda	0.12	3	0.36
Préstamos para emprendimientos.	0.14	4	0.56
Acuerdos comerciales	0.12	3	0.36
<b>AMENAZAS</b>	<b>PESO FACTOR</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN N</b>
Competencia excesiva	0.08	4	0.32
Inestabilidad política	0.06	3	0.18
Recesión económica del país	0.06	2	0.12
Productos extranjeros a menor costo	0.06	2	0.12
Incrementos de impuestos	0.08	3	0.24
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.24</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

Mediante la ponderación de la Matriz POAM, se obtuvo un valor de 3.24 que es mayor a 3, el cual es el promedio, entre el número mayor y menor (4 y 2). Lo que nos indica

que con oportunidades podremos hacer frente a las amenazas y solucionarlas.

### 3.9.4 ESTRATEGIAS FODA

Tabla 28. Matriz de Estrategias FODA

<b>ESTRATEGIAS FODA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>F1.</b> Conocimiento en el ámbito productivo	<b>D1.</b> Estructura organizacional nula
	<b>F2.</b> Personal capacitado	<b>D2.</b> Inversiones limitadas
	<b>F3.</b> Infraestructura propia	<b>D3.</b> Imagen no posicionada
	<b>F4.</b> Diseños variados	<b>D4.</b> Publicidad nula
	<b>F5.</b> Precios accesibles	<b>D5.</b> Producción no tecnificada
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS F O</b>	<b>ESTRATEGIAS D O</b>
<b>O1.</b> Disponibilidad de materia prima.	<b>F1 + O1</b> = Ofrecer un producto con características únicas y con calidad diferenciada.	<b>D3 + O2</b> = Participar en las revistas digitales del gobierno.
<b>O2.</b> Respaldo del instituciones gubernamentales.		
<b>O3.</b> Amplia demanda	<b>F4 + O4</b> = Alianza Estratégica para ampliar la gama de los productos.	<b>D5 + A3</b> = Adquirir maquinaria de mejor tecnología que agilite los procesos de producción.
<b>O4.</b> Préstamos para emprendimientos.		
<b>O5.</b> Acuerdos comerciales	<b>F5 + O2</b> = Participar en ferias organizadas por el gobierno.	
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS F A</b>	<b>ESTRATEGIAS D A</b>
<b>A1.</b> Competencia excesiva	<b>F1 + A3</b> = Optimizar la producción para lanzar prendas de menor precio accesible para todo bolsillo.	<b>D2 + A2</b> = Elaborar un plan de negocios que permita obtener financiamiento.
<b>A2.</b> Inestabilidad política		
<b>A3.</b> Recesión económica del país		<b>D4 + A1</b> = Crear campañas en redes sociales dando a conocer la amplia gama de los productos y su calidad.
<b>A4.</b> Productos extranjeros a menor costo		
<b>A5.</b> Incrementos de impuestos		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 TAMAÑO DEL EMPRENDIMIENTO**

Es la capacidad de producción que tiene la empresa y se mide en función de financiamiento, producción, materiales y recursos con los que cuenta la empresa.

Por tamaño del proyecto se entiende a la capacidad de producción en un período de referencia. Técnicamente, la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se pueden obtener u ofertar de las instalaciones productivas por unidad de tiempo (Puentes, 2015).

##### **4.1.1 Factores que determinan el Tamaño**

Existen varios factores que van a determinar el tamaño adecuado del proyecto, entre los cuales podemos mencionar la demanda insatisfecha, la maquinaria, mano de obra, y el financiamiento del estudio.

“Los factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas y las alternativas de tamaño, entre las cuales se puede escoger, se reducen a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados” (Baca, 2010).

Los factores son los siguientes:

##### **a. Demanda potencial insatisfecha.**

La demanda potencial insatisfecha es una parte del segmento de mercado que no está cubierto por la oferta; es decir para su cálculo utilizamos la diferencia entre la oferta y demanda ese resultado que esta desentendido es la demanda potencial insatisfecha.

##### **b. Maquinaria equipos y herramientas**

Son factores que influyen en el tamaño del emprendimiento, la inversión y los costos de producción. Por consiguiente dichas relaciones propiciarán un menor costo de inversión por cada unidad de la capacidad y a su vez un mayor rendimiento por persona ocupada lo cual permitirá disminuir el costo de producción, incrementando la utilidad y la rentabilidad del emprendimiento, (Baca, 2010, pág. 85).



### c. Insumos

Al estar ubicados en la zona central de nuestro país, donde existen fábricas de telas, hilos, y otros insumos necesarios para la confección de prendas de vestir, disminuirán los costos de producción por cuanto los mismos los encontraremos en la localidad. Así mismo se podrá mantener un stock de bodega adecuado de materiales, lo que ayudara a cumplir los volúmenes de producción.

### d. Tecnología

Influye debido a que puede cambiar la producción y tiempo de optimización de la empresa, siendo un factor fundamental en las operaciones diarias de los procesos productivos completos. Por lo tanto es necesario contar con tecnología que permita optimizar el proceso de producción generando así menores costos en la producción y una rentabilidad más alta a la empresa.

### e. Financiamiento

El financiamiento influye debido a que cuando no se cuenta con capital propio o es insuficiente para cubrir la inversión que se debe realizar, es recomendable acudir a instituciones financieras para solicitar créditos, los cuales permitan cubrir la inversión del emprendimiento se la misma manera se deben analizar las condiciones de cada una de las posibles opciones, para evitar caer en mora u otro tipo de inconveniente que pueda poner en riesgo el proyecto.

## 4.1.2 Tamaño Óptimo

Según Baca U. (2010), el “tamaño óptimo de la planta es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”.

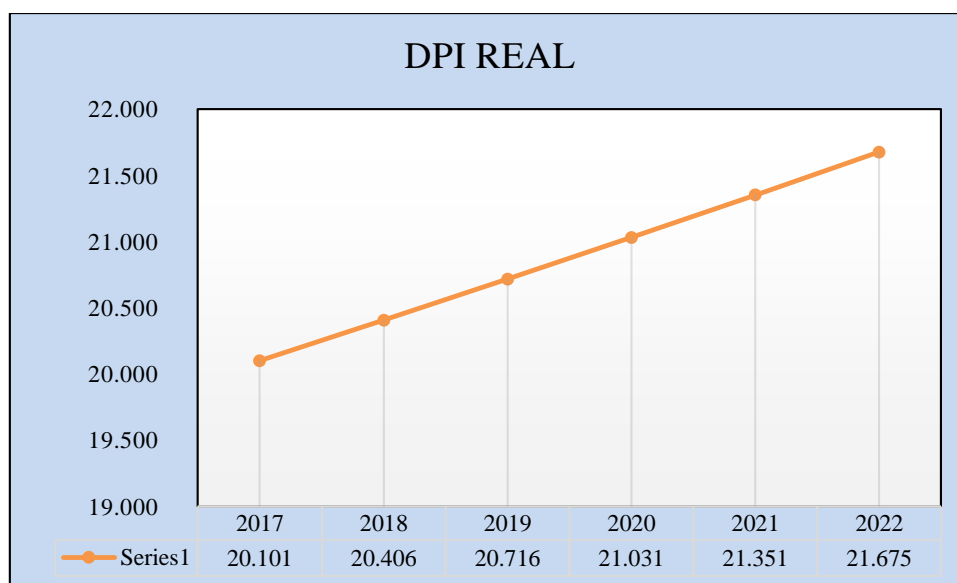
**Tabla 29. Demanda Potencial Insatisfecha Real**

AÑO	DPI	ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO (67%)	ESTIMACIÓN	DPI REAL
2017	300008	201005	10%	20,101
2018	304568	204061	10%	20,406
2019	309197	207162	10%	20,716
2020	313897	210311	10%	21,031
2021	318669	213508	10%	21,351
2022	323512	216753	10%	21,675

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 30 se expresa el DPI Real, el cual lo obtuvimos calculando el DPI por el porcentaje de aceptación del producto (67%) que nos dio como resultado aplicando la encuesta, a esto le estimamos el (10%) que la empresa está en condiciones de cubrir debido a que una sola empresa no puede cubrir toda la demanda insatisfecha real, finalmente tenemos el valor con el cual vamos a trabajar en el proyecto.



**Ilustración 40. Proyección DPI Real**  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

## 4.2 Localización

### 4.2.1 Localización Óptima

La localización óptima contribuye a que la empresa logre la mayor rentabilidad con los menores costos posibles de producción. “Consiste en asignar factores cuantitativos los cuales se consideran relevantes para la localización, esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios” (Baca Urbina, 2010).

Para determinar la localización óptima del proyecto de debe tomar en cuenta varios aspectos.

**Tabla 30. Escala de Evaluación**

Escala	Impacto
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 31. Localización óptima**

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	La Floresta		Huachi Grande	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Servicios Básicos	0.12	3	0.36	3	0.36
Vías de Acceso	0.12	3	0.36	3	0.36
Mano de Obra Calificada	0.16	3	0.48	2	0.32
Materia Prima	0.16	3	0.48	3	0.48
Movilización	0.16	2	0.32	2	0.32
Mercado	0.12	2	0.24	1	0.12
Canales de distribución	0.16	3	0.48	2	0.32
<b>TOTAL</b>	1.00	$\Sigma$	2.72	$\Sigma$	2.28

**Fuente:** (Baca Urbina, 2010)

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

Utilizando el método de ponderación sugerido por el autor Baca Urbina, en la Tabla N° 32 se expresa la mejor localización para desarrollar el proyecto, haciendo la comparación entre el sector Huachi Grande y el sector de la Floresta, esta última resultó ser la más óptima para el desarrollo del emprendimiento por los factores relevantes que favorecen en el desenvolvimiento del mismo.

#### 4.2.2 Macro Localización

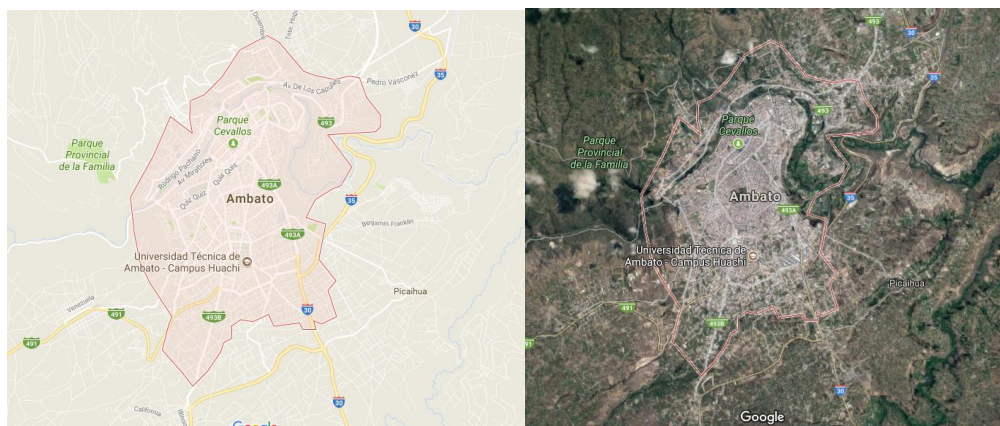
La empresa Representaciones Izquierdo se encuentra ubicada en:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Zona:** 3



**Ilustración 41. Macro - Localización**

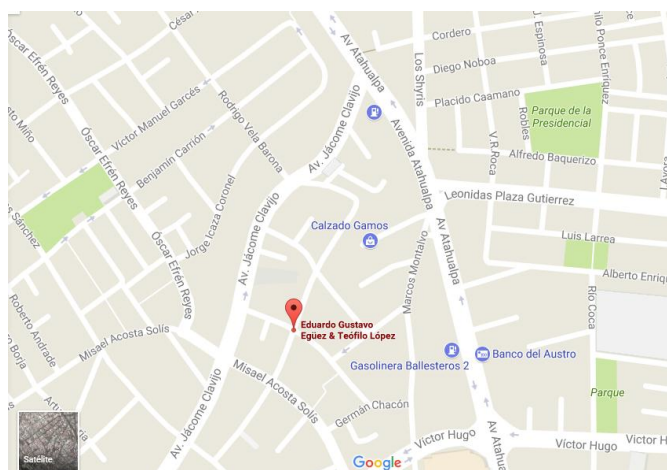
**Fuente:** (Google Maps, 2017)

### 4.2.3 Micro Localización

**Parroquia:** La Matriz

**Barrio:** La Floresta

**Dirección:** Eduardo Gustavo Egüez & Teófilo López



**Ilustración 42 Micro – Localización**  
Fuente: (Google Maps, 2017)

### 4.3 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto es la descripción de los procesos que deben seguir la empresa para llevar a cabo el desarrollo del proyecto y se definen los recursos que vamos a necesitar en su desarrollo.

Según Grajales G. (2015) “La ingeniería del proyecto es la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para realizar un proyecto”

#### 4.3.1 Proceso producto

La empresa Representaciones Izquierdo, utiliza de telas de excelente calidad para la elaboración de las prendas que comercializa, lo cual genera a sus clientes una sensación de comodidad.

**Tabla 32. Proceso de Elaboración de la Ropa**

<b>Orden</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recursos</b>
1	Recepción de la Materia Prima	Se recibe la materia prima directamente de los proveedores verificando su calidad y textura.	20 minutos	Materia Prima Materiales indirectos de Fabricación Insumos
2	Diseño o Modelaje	Se dibuja los diseños y modelos en un cartón base el mismo que servirá como molde sobre la tela.	10 minutos	Diseñador Lápiz Cartón
3	Inspección de tallas	Se verifica que las diferentes tallas cumplan con las medidas específicas.	10 minutos	Obrero Diseñador
4	Marcado	Se marcan las telas utilizando los moldes, para que queden las figuras de las piezas a acortar.	10 minutos	Obrero Tizas
5	Corte	Se realiza el corte siguiente las marcas previamente hechas en la etapa de marcado.	30 minutos	Obrero Tijeras
6	Confección	Se unen todas las piezas cortadas y se proceden a coserlas.	30 minutos	Máquina de Coser Hilos Obrero
7	Armado final	Se pegan los cierres, remaches y botones necesarios en las prendas	30 minutos	Obrero Cierres Botones Remaches
8	Control de Calidad	Se verifica que el proceso se haya cumplido con los estándares de calidad exigidos.	10 minutos	Obrero
9	Etiquetado	Se procede a etiquetarlas de acuerdo a las tallas y modelos que corresponden.	5 minutos	Etiqueta de talla Etiqueta de Marca Etiqueta de Empaque
10	Empacado	Se empacan en fundas de celofán con su respectiva etiqueta.	5 minutos	Obrero Fundas de celofán Cartón
11	Almacenamiento	El producto terminado se traslada a bodega para su almacenamiento.	5 minutos	Bodeguero

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

#### 4.3.2 Balance de materiales

##### a. Estado inicial del proyecto

- **Materias primas**

La materia prima son productos en etapa primaria que son utilizados para elaborar un producto a través de un proceso de producción.

Las materia primas juegan un papel fundamental en el desarrollo del proyecto, debido a que si no hay disponibilidad de las mismas no se podrán fabricar los productos, o si presenta escases esto se verá reflejado en el incumplimiento de pedidos, atrasos y otros inconvenientes que perjudican la reputación de la empresa (Palacio, 2010).

**Tabla 33 Materia Prima**

<b>Demanda Anual de Producto</b>	<b>Detalle del Producto</b>	<b>Tipo de Tela</b>	<b>Demanda %</b>	<b>Demanda del Producto</b>	<b>Consumo requerido en Mtrs</b>	<b>Total Mtrs</b>
20101	Otros	Tela de Algodón	16%	3216	2	6432
	Exteriores	Acrílicos	9%	1809	1.5	2714
	Lycras	Lycra	4%	804	0.8	643
	Pantalones Jeans	Mezclilla	21%	4221	1	4221
	Camisetas Varias	Poliéster	21%	4221	0.8	3377
	Vestidos	Rayón	5%	1005	2	2010
	Chaquetas y sweaters	Nylon	14%	2814	1.5	4221
	Pantalones Varios	pana	4%	804	1	804
	Camisetas Polo	Jersey de punto	6%	1206	1.2	1447
					<b>Σ</b>	<b>25869</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 34. Materiales Indirectos**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Consumo por Productos</b>	<b>Consumo Total Demanda</b>	<b>Consumo Anual</b>
Etiquetas de Tallas Interna	Unidad	1	20101	20101
Etiqueta de Marca Externa	Unidad	1	20101	20101
Etiqueta de Empaque Cartón	Unidad	1	20101	20101
Fundas Celofán	Unidad	1	20101	20101

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En las Tablas N° 34 y N° 35, se muestran consumo anual de materia prima y materiales indirectos que intervienen en la producción de ropa de la empresa.

- **Insumos**

Los insumos son bienes o servicios que están presentes en el proceso productivo que con la intervención de la mano de obra y el apoyo de las maquinas son transformados en otros bienes con valor agregado (Camacho, 2010).

**Tabla 35. Insumos**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Consumo Anual</b>
Hilo Poliéster	Cono	36
Hilo Encerado	Cono	36
Cierres	Unidad	7169
Botones	Unidad	12395
Remaches	Unidad	16884
Elástico	mtrs	100

**Fuente:** Investigación Propia



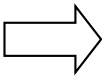


**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)


En la Tabla N° 36 se muestran los insumos anuales calculados en base a la demanda del producto.

### **b. Diagrama de Flujo**

Se elabora un diagrama de proceso utilizando la simbología internacional, en la cual se detalla las operaciones realizadas en cada parte del proceso de producción.

**Tabla 36. Simbología de Procesos**






Simbolo	Representación	Descripción
	<b>Operación</b>	Describe las actividades que se realizan en un proceso e incluye el ensamblaje y desembalaje del producto
	<b>Almacenamiento</b>	Mantiene un producto o materia prima en el almacén, hasta que se requiera para su uso o venta.
	<b>Transporte</b>	Cualquier movimiento que no sea parte integral de una operación o inspección
	<b>Retraso</b>	Describe el periodo en el que un componente del producto este esperando para alguna operación, inspección o transporte
	<b>Inspección</b>	Describe la comparación o verificación de características contra estándares de calidad o

		cantidad establecida.
	<b>Operación Combinada</b>	Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Fuente: (Baca, 2010)

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 37. Flujograma de Producción de Ropa**

DISTRIBUCIONES IZQUIERDO								
DIAGRAMA DE FLUJO								
Producto: Ropa				Inicia: Recepción de materias primas				
Empresa: Representaciones Izquierdo				Termina en: Almacenamiento				
Método: Vertical Normativa ASME				Elaborado por: Nicolás Izquierdo				
Fecha: 30 de Julio del 2017								
No.	Actividad	Tiempo (minutos)						Observación
1	Recepción de materia prima	20	o					
2	Diseño o Modelaje	10	o					
3	Inspección de tallas	10						
4	Marcado	10	o					
5	Corte	30	o					
6	Confección	30	o					
7	Armado final	30	o					
8	Control de Calidad	10						
9	Etiquetado	5	o					
10	Empacado	5						
11	Almacenamiento	5						
<b>TOTAL</b>		165	7	2	1	0	1	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)



### c. Periodo operacional estimado de la planta

Según Ortegón E., Pacheco J. & Roura H. (2005) “El período operacional de la planta, se conoce como la vida útil del proyecto se establece en forma práctica, de acuerdo con la vida útil estimada de los equipos más costosos de la empresa o de acuerdo con el plazo al cual se conoce o se estima conseguir el préstamo”.

En este proyecto el periodo operacional de la planta es de 5 años.

### d. Capacidad de producción

La capacidad de producción de la empresa es el total de productos que puede producir en un periodo determinado. Para el cálculo se tomó como referencia el valor del DPI Real el cual se lo dividió para los 12 meses del año lo que nos dio la capacidad mensual, este para los 4 semanas del mes nos da la producción semanal y por último este valor se o estima para los 6 días a la semana y nos da la capacidad diaria de producción de la empresa, así como lo muestra la Tabla N° 39.

**Tabla 38. Capacidad Instalada de Producción**

AÑO	ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO (67%)	ESTIMACIÓN	DPI REAL	Producción Mensual	Producción Semanal	Producción Diario
2017	201005	10%	20101	1675	419	70
2018	204061	10%	20406	1701	425	71
2019	207162	10%	20716	1726	432	72
2020	210311	10%	21031	1753	438	73
2021	213508	10%	21351	1779	445	74
2022	216753	10%	21675	1806	452	75

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

La producción diaria de la empresa Representaciones Izquierdo es de 70 prendas diarias y de 20101 prendas anuales que representa el 10% de la demanda potencial insatisfecha.

### 4.3 Distribución de la maquinaria y equipos (Lay-out)

Para poder desarrollar las actividades en la empresa es necesario contar con una correcta distribución de la maquinaria y equipos que intervienen en el proceso de producción.

- **Detalle de Maquinaria y Herramientas de producción**

A continuación las siguientes tablas detallan las maquinarias y equipos que intervienen en proceso de producción.

**Tabla 39. Maquinaria**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
Maquina Overlock Lijia	2
Maquina zigzag Siruba T828	2
Maquina Línea recta Juki DDL8100	2
Elasticadora Juki MS	2
Remachadora	2
Planchas	6

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 40. Equipos y Herramientas**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
Mesas de Trabajo	4
Tijeras	12
Cintas métricas	10
Juegos de Reglas	10
Caja de Agujas	4
Caja de Tizas para Marcar	5
Papel cartón	50
Sillas giratorias	10
Caja de alfileres	20

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 41. Equipos y Muebles de Oficina**

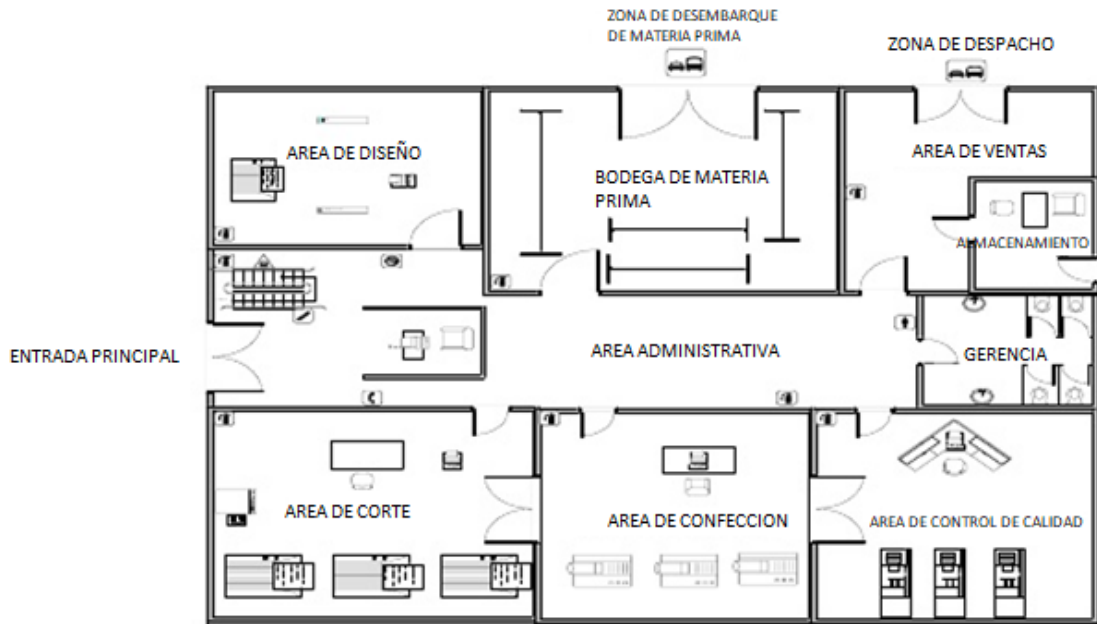
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
Escritorio Grande	3
Computadora All In One	3
Sillas de Escritorio	2
Muebles de Espera	6
Teléfonos Fijos	3
Anaqueles Estantería	3
Impresora	1
Resmas de Hojas	12
Esferográficos Cajas x 12	2
Lápices Cajas x 12	2
Clip	3
Grapa	3
Carpetas Archivadoras	24

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

### 5.3 Distribución de la Planta

La distribución de la planta, se lo realizo tomando en cuenta la cercanías de las diferentes áreas para optimizar tiempo en cada proceso, maquinaria se ubican de acuerdo a la línea de producción del producto, es decir se ubica las áreas según vayan realizándose los procesos. En la Ilustración No.43 se observa su detalle.



**Ilustración 43. Distribución de la Planta**

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 5.1 Aspectos generales

La empresa Representaciones Izquierdo, se dedica a la confección de todo tipo de ropa de moda, para damas, caballeros y niños que está ubicada en la ciudad de Ambato en el barrio La Floresta, que cuenta con un representante legal quien vela por el cumplimiento las leyes y normas en la cual se enmarca la empresa. Sus miembros tienen más de 12 años de experiencia en el sector de la confección, su propietario antes fue empleado de una empresa de confección pero su visión empresarial lo lleva a emprender esta empresa la cual a través de su conocimiento del mercado y de sus clientela se proyecta para ser posicionada y reconocida como una empresa líder.

##### a. Organización Legal

Una empresa natural (también denominada persona natural), o empresa unipersonal, es la que posee un solo dueño y es este quién se encarga de garantizar y asumir las responsabilidades y obligaciones que la empresa pueda contraer, (Romero, 2014).

La empresa Representaciones Izquierdo es una empresa unipersonal, es decir una persona va a asumir la responsabilidad total de la misma.

##### b. Razón Social

La razón social es la denominación por la que jurídicamente se reconoce a una empresa. Es un nombre único y debe aparecer en la primera parte del elemento constitutivo de toda empresa, siendo un atributo legal que garantiza efectivamente la conformación de la organización (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017).

El nombre adoptado como razón social es “Representaciones Izquierdo”.

##### c. Logotipo



#### **d. Misión**

La empresa Representaciones Izquierdo es una empresa que está en la vanguardia creando productos de calidad y atendiendo así las necesidades de los clientes brindando satisfacción en las prendas elaboradas a mano de nuestro personal altamente capacitado.

#### **e. Visión**

Para el 2020 ser una empresa líder en el mercado ambateño, cumpliendo con todas las normas de calidad establecidas brindando así bienestar y satisfacción a nuestros clientes con productos nuevos e innovadores.

### **5.2 Diseño Organizacional**

El diseño organizacional es el conjunto general de factores y las relaciones entre ellos que se usan para administrar la organización total, así este es un medio que permite implementar estrategias y planes para alcanzar las metas organizacionales (Griffin, 2011).

#### **5.2 Niveles Jerárquicos**

Los niveles jerárquicos de la empresa Representaciones Izquierdo, están entrelazados por la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa, empezando por el nivel ejecutivo, nivel Auxiliar o de Apoyo y finalmente el nivel operativo.

- **Nivel Ejecutivo**

Se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliar, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización (Gavilánez, 2016).

El nivel ejecutivo está representado por el gerente.

- **Nivel Auxiliar o de Apoyo**

Este nivel apoya a los otros niveles brindando una atención eficiente y oportuna para el correcto desenvolvimiento de las actividades de la empresa.

Este nivel está representado por la secretaria/contadora.

- **Nivel Operativo**

Este nivel es el más importante dentro de la empresa debido a que es responsable de realizar las actividades de producción y comercialización de la empresa.

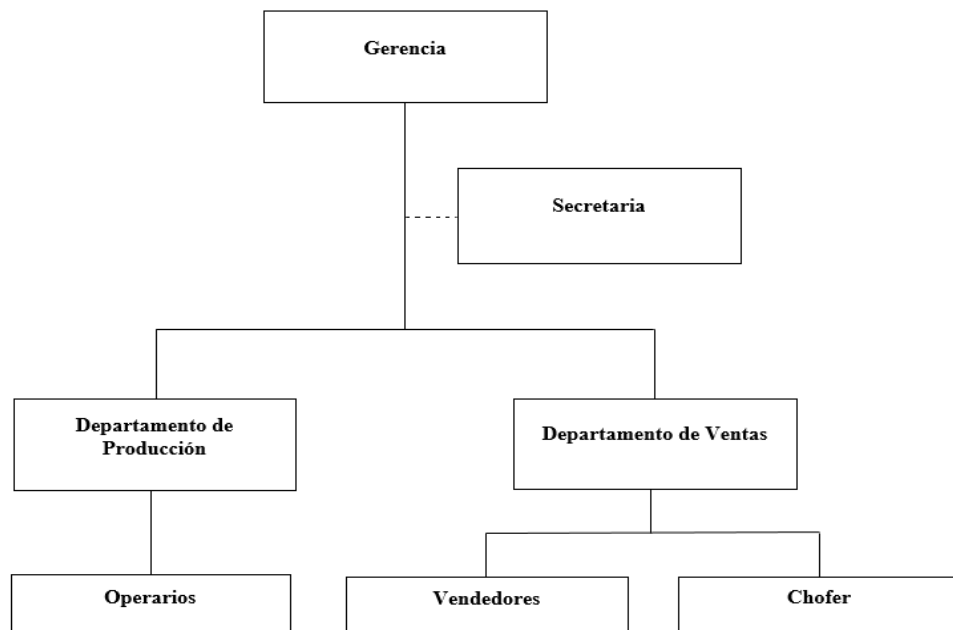
**Tabla 42. Niveles Jerárquicos de la Empresa Representaciones Izquierdo**

NIVEL	PUESTO	OCUPANTES
Nivel Ejecutivo	Gerente	1
Nivel Auxiliar o de Apoyo	Secretaria / Contadora	1
Nivel Operativo	Chofer	1
	Costureras	6
	Diseñadores	1
	Vendedores	2

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

### 5.3. Estructura Organizativa

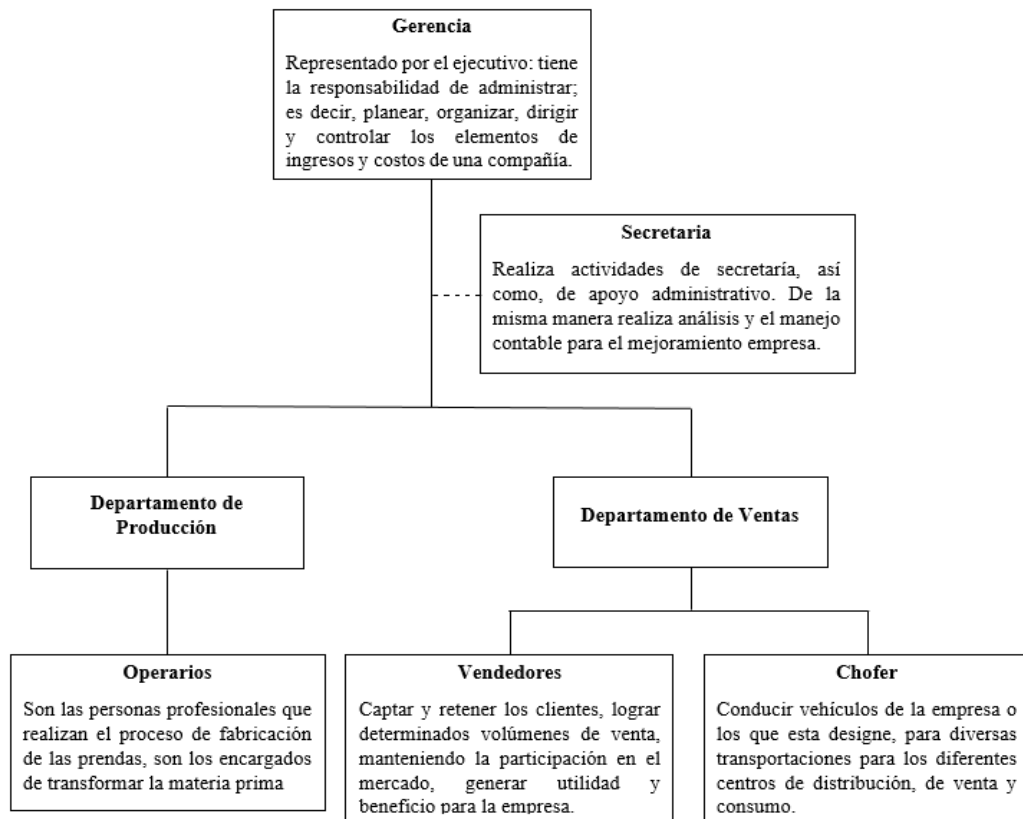


**Ilustración 44. Organigrama Estructural**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

## 5.4. Estructura Funcional



**Ilustración 45. Organigrama Funcional**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 43. Codificación de los Puestos**

Nivel estratégico	Nombre del puesto	Sigla	Ocupantes	Código
Ejecutivo 1	Gerente General	GG	1	GG-01-01
Apoyo o de Auxiliar 2	Secretaria / Contadora	SC	1	SC-02-01
Operativo 3	Chofer	OCH	1	OCH-03-01
	Costureras	OC	6	OC-03-02
	Diseñador	OD	1	OD-03-03
	Vendedor	OV	1	OV-03-04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

## 5.5.Manual de Funciones

Tabla 44. Manual de Funciones del Gerente

	“Representaciones Izquierdo”	Fecha	31/07/2017			
	Manual de funciones (General)	Página	1	de	6	
		Sustituye				
		Página		de		
		Fecha				
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>						
<b>IDENTIFICACIÓN</b>						
Nombre del puesto:		Gerente				
Ubicación:		Nivel Ejecutivo				
Ámbito de operación		Administrativo				
<b>RELACIÓN</b>						
Jefe inmediato						
Subordinados directos		Secretaria, Operarios, Vendedores, Chofer.				
Dependencia funcional		Gerencia General.				
<p><b>Propósito del puesto:</b> Es aquel encargado de coordinar y supervisar operaciones dentro de la empresa para que esta opere de la mejor manera. También debe de coordinar los parámetros de producción, volumen a producir, tiempos de producción, tiempos de entrega.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigila el cumplimiento de los objetivos</li> <li>• Dirige al personal administrativo y operarios</li> <li>• Asigna y ejecuta el presupuesto</li> <li>• Establece políticas y normas internas</li> <li>• Investigar potenciales mejoras en las formulaciones utilizadas a fin de incrementar el sabor o disminuir el costo de elaboración, más sin descuidar la calidad del producto.</li> <li>• Proponer medidas correctivas ante quejas o reclamos por parte de clientes en relación a la calidad de producto ofrecido.</li> <li>• Establece políticas y normas internas</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Horizontal, Descendente.</p>						
<b>ESPECIFICACIONES</b>						
Conocimientos		Desarrollo Gerencial, Ingeniero en Finanzas, Administración, Auditoría.				
Experiencia		Gerencia Administrativa				
Personalidad		Liderazgo, Emprendedor, Innovador, Analítico.				
Elaborado por: Nicolás Izquierdo		Revisado por:		Autorizado por:		
Clave		GG				

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)



**Tabla 45. Manual de Funciones de la Secretaria / Contadora**

	“Representaciones Izquierdo”		Fecha	31/07/2017		
			Página	2	de	6
			Sustituye			
	Manual de funciones (General)		Página		de	
		Fecha				
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>						
<b>IDENTIFICACIÓN</b>						
Nombre del puesto:			Secretaria / Contadora			
Ubicación:			Nivel de Apoyo o Auxiliar			
Ámbito de operación			Administrativo			
<b>RELACIÓN</b>						
Jefe inmediato			Gerente			
Subordinados directos			Chofer			
Dependencia funcional			Secretaría			
<p><b>Propósito del puesto:</b> Realiza actividades de secretaría, así como, de apoyo administrativo. De la misma manera realiza análisis y el manejo contable para el mejoramiento empresa.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contesta y realiza llamadas</li> <li>• Atender a clientes y llevar una base de datos de los clientes</li> <li>• Tomar pedidos de venta</li> <li>• Mantener al día los archivos generales de la empresa.</li> <li>• Facturación</li> <li>• Mantener al día los documentos contables con los proveedores.</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Horizontal, Descendente.</p>						
<b>ESPECIFICACIONES</b>						
Conocimientos			Tecnologado Administración, Tecnologado Contabilidad. Relaciones Humanas, Manejo paquete office.			
Experiencia			1 año mínimo en áreas afines al cargo.			
Personalidad			Confiable, calidez y trabajo en equipo			
Elaborado por: Nicolás Izquierdo			Revisado por:		Autorizado por:	
Clave			SC			

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 46. Manual de Funciones del Chofer**

	“Representaciones Izquierdo”		Fecha	31/07/2017		
			Página	3	de	6
			Sustituye			
	Manual de funciones (General)		Página		de	
		Fecha				
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>						
<b>IDENTIFICACIÓN</b>						
Nombre del puesto:			Chofer			
Ubicación:			Nivel Operativo			
Ámbito de operación			Operario			
<b>RELACIÓN</b>						
Jefe inmediato			Secretaria / Contadora			
Subordinados directos			No			
Dependencia funcional			Empresa			
<p><b>Propósito del puesto:</b> Conducir vehículos de la empresa o los que esta designe, para diversas transportaciones para los diferentes centros de distribución, de venta y consumo.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la entrega en tiempo y forma adecuada a las distintas sucursales según el cronograma de entrega.</li> <li>• Cumplir y respetar las normas del tránsito.</li> <li>• Manejar de forma prudencial.</li> <li>• Realizar controles de rutina al estado general del móvil e informar de algún desperfecto encontrado.</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Horizontal, Descendente.</p>						
<b>ESPECIFICACIONES</b>						
Conocimientos			Título de Chofer Profesional con licencia Tipo C, Educación de segundo nivel.			
Experiencia			3 años mínimos como chofer.			
Personalidad			Confiable, calidez y trabajo en equipo			
Elaborado por: Nicolás Izquierdo			Revisado por:		Autorizado por:	
Clave			OCH			

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 47. Manual de Funciones de las Costureras**

	“Representaciones Izquierdo”		Fecha	31/07/2017		
			Página	4	de	6
			Sustituye			
	Manual de funciones (General)		Página		de	
		Fecha				
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>						
<b>IDENTIFICACIÓN</b>						
Nombre del puesto:			Costureras			
Ubicación:			Nivel Operativo			
Ámbito de operación			Producción			
<b>RELACIÓN</b>						
Jefe inmediato			Diseñador			
Subordinados directos			No			
Dependencia funcional			Área de Producción			
<p><b>Propósito del puesto:</b> Realizar al trabajo de costura del Taller, confeccionando las prendas asignadas al Taller, asegurando el buen uso y conservación de materiales, herramientas y equipos.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los trabajos de costura en la forma que se le indique</li> <li>• Proceder a la confección de moldes, marcado, cortado y armado de las piezas.</li> <li>• Armar las piezas de todas las prendas</li> <li>• Realizar diariamente los registros especificados en el parte individual.</li> <li>• Hacer uso adecuado y económico de los materiales.</li> <li>• Mantener los equipos y materiales de trabajo en correctas condiciones de aseo y funcionamiento.</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Horizontal, Descendente.</p>						
<b>ESPECIFICACIONES</b>						
Conocimientos			Primaria completa, Nivel Intermedio o Superior, certificado de estudios de corte y confección.			
Experiencia			1 año mínimo en puestos similares o afines.			
Personalidad			Aptitud Moral, Confiable, calidez y trabajo en equipo			
Elaborado por: Nicolás Izquierdo			Revisado por:		Autorizado por:	
Clave			OC			

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 48. Manual de Funciones de los Diseñadores**

	“Representaciones Izquierdo”		Fecha	31/07/2017		
			Página	5	de	6
			Sustituye			
	Manual de funciones (General)		Página		de	
		Fecha				
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>						
<b>IDENTIFICACIÓN</b>						
Nombre del puesto:			Diseñador			
Ubicación:			Nivel Operativo			
Ámbito de operación			Producción			
<b>RELACIÓN</b>						
Jefe inmediato			Gerente			
Subordinados directos			Costureras			
Dependencia funcional			Área de Producción			
<p><b>Propósito del puesto:</b> Realizar y hacer llegar a los operarios las formas más adecuadas y óptimas de las diferentes operaciones a realizar sobre el producto.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar los modelos de acuerdo con lo que se pide.</li> <li>• Realizar prototipos de las distintas tallas.</li> <li>• Reportar al encargado de producción los materiales necesarios para el producto.</li> <li>• Organizar el lanzamiento de nuevos modelos.</li> <li>• Plasmear los nuevos modelos en los moldes</li> <li>• Verificar y controlar el trabajo de las costureras.</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Horizontal, Descendente.</p>						
<b>ESPECIFICACIONES</b>						
Conocimientos			Nivel Intermedio o Superior en Diseño de Modas y afines.			
Experiencia			1 año mínimo en puestos similares o afines.			
Personalidad			Aptitud Moral, Confiable, calidez y trabajo en equipo			
Elaborado por: Nicolás Izquierdo			Revisado por:		Autorizado por:	
Clave			OD			

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 49. Manual de Funciones de los Vendedores**

	“Representaciones Izquierdo”		Fecha	31/07/2017		
			Página	6	de	6
			Sustituye			
	Manual de funciones (General)		Página		de	
		Fecha				
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>						
<b>IDENTIFICACIÓN</b>						
Nombre del puesto:			Vendedor			
Ubicación:			Nivel Operativo			
Ámbito de operación			Ventas			
<b>RELACIÓN</b>						
Jefe inmediato			Gerente			
Subordinados directos			Costureras			
Dependencia funcional			Área de Producción			
<p><b>Propósito del puesto:</b> Captar y retener los clientes, lograr determinados volúmenes de venta, manteniendo la participación en el mercado, generar utilidad y beneficio para la empresa.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinados por la empresa.</li> <li>• Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.</li> <li>• Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.</li> <li>• Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados por la supervisión.</li> <li>• Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades por ella establecidos.</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Horizontal, Descendente.</p>						
<b>ESPECIFICACIONES</b>						
Conocimientos			Profesional de Marketing.			
Experiencia			1 año mínimo en ventas y manejo de cartera de clientes.			
Personalidad			Liderazgo, Creativo, Aptitud Moral, Confiable, calidez y trabajo en equipo			
Elaborado por: Nicolás Izquierdo			Revisado por:		Autorizado por:	
Clave			OD			

**Fuente:** Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

## CAPÍTULO VI ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa (Anzil, 2012).

### 6.5. Inversiones en activos fijos tangibles

“Los activos fijos tangibles son todo lo que podemos ver y tocar, aquellos bienes que son utilizarlos en las áreas de producción, administrativo y ventas de la empresa” (Horngren, 2012).

**Tabla 50. Maquinaria**

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina Overlock Lijia	2	\$1,750.00	\$3,500.00
Maquina zigzag Siruba T828	2	\$1,875.00	\$3,750.00
Maquina Línea recta Juki DDL8100	2	\$1,170.00	\$2,340.00
Elasticadora Juki MS	2	\$2,100.00	\$4,200.00
Remachadora	2	\$220.00	\$440.00
Planchas	6	\$80.00	\$480.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$14,710.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 51, se detalla la maquinaria necesaria para la puesta en marcha de la empresa, lo cual permitirá operar en óptimas condiciones, la maquinaria se adquiere de dos unidades inicialmente debido a que la producción tiene una consideración moderada.

**Tabla 51. Equipos y Herramientas**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mesas de Trabajo	4	\$120.00	\$480.00
Tijeras	12	\$20.00	\$240.00
Cintas métricas	10	\$3.00	\$30.00
Juegos de Reglas	10	\$20.00	\$200.00
Caja de Agujas	4	\$3.00	\$12.00
Caja de Tizas para Marcar	5	\$10.00	\$50.00
Papel cartón	50	\$1.20	\$60.00
Sillas giratorias	10	\$55.00	\$550.00
Caja de alfileres	20	\$1.50	\$30.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,652.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 52, se detallan los equipos y las herramientas que serán utilizados por los operarios en el proceso de producción.

**Tabla 52. Equipos y Muebles de Oficina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio Grande	3	\$150.00	\$450.00
Computadora All In One	3	\$450.00	\$1,350.00
Sillas de Escritorio	2	\$55.00	\$110.00
Muebles de Espera	6	\$25.00	\$150.00
Teléfonos Fijos	3	\$25.00	\$75.00
Anaqueles Estantería	3	\$70.00	\$210.00
Impresora	1	\$180.00	\$180.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,525.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 53, se detalla los equipos y muebles de oficina que se utilizarán en la empresa dentro del área administrativa.

**Tabla 53. Vehículos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Camioneta Chevrolet Dmax 2013	1	\$21,500.00	\$21,500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$21,500.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

La Tabla N° 54, detalla los vehículos los cuales serán utilizados para la distribución y comercialización de las prendas que produce la empresa Representaciones Izquierdo.

**Tabla 54. Infraestructura**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Infraestructura	1	\$10,000.00	\$10,000.00

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 55, se detalla la infraestructura que será adecuada en el terreno con el que cuenta la empresa para desarrollar sus actividades.

**Tabla 55. Total Activo Fijo Tangible**

<b>ACTIVO FIJO INTANGIBLE</b>	<b>VALOR</b>
Maquinaria	\$14,710.00
Equipos y herramientas	\$1,652.00
Equipos, muebles y de oficina	\$2,525.00
Vehículo	\$21,500.00
Infraestructura	\$10,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$50,387.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

La Tabla N° 56, muestra el total del activo fijo tangible que asciende a \$50,387.00, los mismos que son necesarios en la empresa para empezar sus actividades comerciales.

## **6.2 Inversiones en activos fijos intangibles**

Son los activos no monetarios, sin apariencia física susceptibles de valoración económica; es decir, a pesar de no tener un soporte material son capaces de generar valor para la empresa, (García, 2016).

Son los que no tienen configuración física, pero que confieren a su propietario cierto derecho exclusivo, ya sea sobre una patente, una marca, un derecho de autor, (Cerón, 2012).

**Tabla 56. Activos Fijos Intangibles**

<b>DETALLE</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Permisos de Funcionamiento	1	\$550.00	\$550.00
Gastos de Constitución	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Estudio de mercado	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Marca	1	\$650.00	\$650.00



Publicidad	1	\$3,500.00	\$3,500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$6,900.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 57, se observa los activos fijos intangibles que llegan a \$6,900.00, que si bien no son físicos pero la empresa los necesita para su puesta en marcha.

### 6.3. Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

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

#### 6.3.1 Activo Corriente o circulante

Es el activo líquido al momento de cierre de un ejercicio o que es convertible en dinero en un plazo inferior a los doce meses. Este tipo de activo está en operación de modo continuo y puede venderse, transformarse, utilizarse, convertirse en efectivo o entregarse como pago en cualquier operación normal (Pérez P. & Gardey, 2014).

- **Caja**

La empresa contará con un valor de \$2,500.00, los cuales les servirá para enfrentar cualquier imprevisto que se le presente.

- **Inventario**

Para el cálculo del inventario utilizaremos el modelo del lote económico.

$$Lote\ Económico = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

**Donde:**

Le: Cantidad Óptima que se requiere de materia prima

2: Constante

F: Transporte (Costo de colocar y recibir una orden de compra)

U: Consumo anual de unidades de materia prima

C: Tasa pasiva referencial

P: Precio de compra unitario por metro de tela

**Datos:**

**F= \$15.00**

$$U= 25869$$

$$C= 4.96\%$$

$$P= \$2.03$$

$$Lote\ Económico = \sqrt{\frac{2 * 15 * 25869}{0.0496 * 2.03}}$$

$$Lote\ Económico = 3323$$

$$\text{Inventario} = Lote\ Económico * Precio$$

$$\text{Inventario} = 3323 * 2.03$$

$$\text{Inventario} = \$6851.26$$

Tabla 57. Total Activo Circulante

DESCRIPCIÓN	VALOR
Caja-Bancos	\$2,500.00
Inventario	\$6,851.26
<b>TOTAL</b>	<b>\$9,351.26</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 58, se muestran los detalles del Activo Corriente o Circulante que servirán para imprevistos y necesidades inmediatas que se le presente a la empresa y están conformados por las cuentas de Caja – Bancos e Inventario.

### 6.3.2 Pasivo Circulante

El Pasivo circulante está formado por los elementos del Pasivo generados por la actividad económica de la empresa y que no tienen carácter de permanentes. Está constituido por los créditos y préstamos obtenidos por la empresa a corto plazo (McGraw-Hill, 2008).

$$Tasa\ Circulante = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

$$2,5 = \frac{9,351.26}{Pasivo\ Corriente}$$

$$Pasivo\ Circulante = \frac{9,351.26}{2,5}$$

$$\text{Pasivo Circulante} = \$ 3740.50$$

La tasa circulante (2.5) es un valor referencial trazado por el mercado bancario y oficializado por el Banco Central del Ecuador.

El pasivo circulante de la empresa es de \$ 3740.50, e indica que la empresa no tiene deudas considerables con terceras personas.

### 6.3.3 Capital de Trabajo

Es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio, (Rodas, 2012).

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Total Activo Circulante} - \text{Total Pasivo Circulante}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \$9,351.26 - \$ 3740.50$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \$5610.76$$

El capital de trabajo con lo que cuenta la empresa es de \$5610.76 para poder realizar con normalidad sus actividades comerciales.

### 6.4. Resumen de las Inversiones

$$I_o = \text{Activo Fijo} + \text{Activo Diferido} + \text{Capital de Trabajo}$$

**Tabla 58. Resumen de Inversiones**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V. TOTAL</b>
Activo Fijo Tangible	\$ 50,387.00
Activo Fijo Intangible	\$6,900.00
Capital de Trabajo	\$5,610.76
<b>TOTAL</b>	<b>\$62,897.76</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

La Tabla N° 59, la inversión inicial que necesita la empresa la cual es de \$ 62,897.76,

para su puesta en marcha y desarrollar sus actividades comerciales.

## 6.5. Financiamiento

**Tabla 59. Financiamiento**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Capital Propio	\$32,897.76	52%
Capital Financiado	\$30,000.00	48%
<b>TOTAL</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 60, se detalla que la empresa Representaciones Izquierdo cuenta \$32,897.76 que representa el 52% de capital propio y con \$30,000.00 que es el 48% que se va a financiar con una institución financiera. Ver Anexos.

## 6.6. Plan de Inversiones

Un Plan de Inversiones es un modelo sistemático, unos pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones (actuales o futuras) hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir (Inversiones, 2014).

Considerado como una guía la cual reduce los riesgos que puede haber al momento de invertir dinero, (Kiyosaki, 2015).

**Tabla 60. Plan de Inversiones**

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Activo Fijo	\$ 50,387.00	80%
Activo Diferido	\$6,900.00	11%
Capital de trabajo	\$5,610.76	9%
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>100%</b>
Capital Propio	\$32,897.76	52%
Capital Financiado	\$30,000.00	48%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 61, se detalla la inversión inicial del proyecto la cual asciende a \$62,897.76, y los valores que van hacer financiados.

## 6.7. Presupuesto de Gastos e Ingresos

### 6.7.1 Costos de Producción

Son los gastos necesarios que tendrá la empresa para mantener un proyecto, cabe decir que estos están asociados con el destino económico de la empresa. Además posee dos características tales como que si se desea producir un bien se debe gastar, es decir generar un costo. Y la otra característica es que los costos deben tratar de mantenerse bajos y eliminar los necesarios, (Faga & Ramos, 2006).

**Tabla 61. Materia Prima**

Descripción	Demanda del Producto	Consumo por Producto	Unidad	Total Metros	Valor Unitario	Valor Total
Tela de Algodón	3216	3.00	metros	6432	\$ 2.00	\$19,296.51
Tela Acrílicos	1809	2.50	metros	2714	\$ 2.50	\$11,306.55
Tela Lycra	804	2.00	metros	643	\$ 2.00	\$3,216.09
Tela Mezclilla	4221	2.00	metros	4221	\$ 3.00	\$25,326.67
Tela Poliéster	4221	2.00	metros	3377	\$ 2.25	\$18,995.00
Tela Rayón	1005	2.00	metros	2010	\$ 2.00	\$4,020.11
Tela Nylon	2814	2.00	metros	4221	\$ 3.00	\$16,884.45
Tela Pana	804	2.50	metros	804	\$ 2.50	\$5,025.13
T. Jersey de punto	1206	2.00	metros	1447	\$ 2.00	\$4,824.13
					<b>TOTAL</b>	<b>\$ 108,894.63</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 62. Insumos**

Descripción	Unidad	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Hilo Poliéster	Cono	36	\$2.00	\$72.00
Hilo Encerado	Cono	36	\$2.00	\$72.00
Cierres	Unidad	7169	\$0.15	\$1,075.35
Botones	Unidad	12395	\$0.08	\$991.60
Remaches	Unidad	16884	\$0.05	\$844.20
Elástico	Metros	100	\$0.08	\$8.00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$3,063.15</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

**Tabla 63. Materiales Indirectos**

Descripción	Unidad	Consumo por Productos	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Total
Etiquetas de Tallas Interna	Unidad	1	20101	0.03	\$ 603.02
Etiqueta de Marca Externa	Unidad	1	20101	0.05	\$ 1,005.03
Etiqueta de Empaque	Unidad	1	20101	0.05	\$ 1,005.03
Fundas Celofán	Unidad	1	20101	0.03	\$ 603.02
				<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,216.09</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En las Tablas N° 61, 62, y 63, se detallan los costos de materias primas, insumos y materiales indirectos que van a ser utilizados durante el año.

**Tabla 64. Cargo de Depreciación y Amortización**

<b>DEPRECIACIÓN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Maquinaria	\$1,471.00
Equipos y herramientas	\$252.50
Vehículo	\$4,300.00
Infraestructura	\$500.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$6,523.50</b>
<b>AMORTIZACIÓN</b>	
Permisos de Funcionamiento	\$110.00
Gastos de Constitución	\$200.00
Estudio de mercado	\$240.00
Marca	\$130.00
Publicidad	\$700.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,380.00</b>
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN + AMORTIZACIÓN</b>	<b>\$7,903.50</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 64, se aprecia la depreciación y la amortización la cual se calculó usando el método lineal, y se lo cálculo de los activos fijos tangibles e intangibles respectivamente.

**Tabla 65. Costes de Mantenimiento**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mantenimiento de Maquinaria	1	\$100.00	\$100.00
Mantenimiento de Computo	2	\$30.00	\$60.00
Mantenimiento de Equipos de Oficinas	1	\$30.00	\$30.00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$190.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 65, se observa los costes que se generan por mantenimiento que se lo realiza de manera anual de acuerdo a la necesidad que tenga la empresa.

**Tabla 66. Mano de Obra Directa e Indirecta**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>											
Descripción	Cant.	Sueldo	Recargos Patronales Iess			Provisión Beneficios Sociales			Subtotal	Total Mensual	Total Anual
			IESS	IECE	SECAP	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones			
Diseñador	1	\$ 420.00	\$39.69	\$ 2.10	\$ 2.10	\$ 35.00	\$ 31.25	\$ 17.50	\$ 547.64	\$ 547.64	\$ 6,571.68
Costureras	6	\$ 375.00	\$41.81	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 31.25	\$ 31.25	\$ 15.63	\$ 498.69	\$ 2,992.13	\$ 35,905.50
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>											
Chofer	1	\$ 375.00	\$41.81	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 31.25	\$ 31.25	\$ 15.63	\$ 498.69	\$ 498.69	\$ 5,984.25
										<b>TOTAL</b>	<b>\$48,461.43</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 66, se detalla la mano de obra directa e indirecta de la empresa, se considera mano de obra directa la que interviene directamente en el proceso de producción, como son los diseñadores y las costureras que se encargan de transformar la materia prima en productos terminados, y la mano de obra indirecta son es aquella que no interviene en el proceso de producción pero sus actividades dentro de la empresa hace que los productos terminados lleguen hasta el consumidor final en este caso tenemos al chofer de la empresa.

**Tabla 67. Energía Eléctrica y Agua**

Descripción	Unidad	Consumo mensual	Precio Unitario	Precio Mensual	Precio Total
Energía Eléctrica	Wl	600	\$ 0.10	\$ 60.00	\$ 720.00
Agua	m3	550	\$ 0.02	\$ 11.00	\$ 132.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 71.00</b>	<b>\$ 852.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 67, se detalla el consumo de energía eléctrica y agua anualmente con sus respectivos valores mensuales y anual, los servicios básicos detallados son los que se consumen directamente en la planta de producción por ello son considerados en los costos de producción.



**Tabla 68. Total Costos de Producción**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Materia prima	\$108,894.63
Insumos	\$3,063.15
Materiales	\$3,216.09
Cargos de Amortización y depreciación	\$7,903.50
Mantenimiento	\$190.00
Mano de obra directa e indirecta	\$48,461.43
Luz y agua	\$852.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$172,580.79</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 68, se detalla el total de los costos de producción que intervienen en la empresa los cuales ascienden a \$172,580.79.

### 6.7.2 Costos Administrativos

Los costos administrativos, aunque no son relacionados con el proceso productivo, son realmente necesarios, ya que los recursos de la empresa necesitan ser registrados, clasificados, y todas las operaciones de manejo administrativo deben ser ejecutadas por alguien (Fagilde, 2009).

**Tabla 69. Suministros de Oficina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Resmas de Hojas	12	\$3.50	\$42.00
Esferográficos Cajas por 12	2	\$3.50	\$7.00
Lápices Cajas x 12	2	\$3.00	\$6.00
Clip	3	\$1.80	\$5.40
Grapa	3	\$1.25	\$3.75
Carpetas Archivadoras	24	\$1.60	\$38.40
<b>TOTAL</b>			<b>\$102.55</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 69, se detalla los valores generados por la adquisición de suministros de oficina, que serán utilizados por parte de los administrativos de la empresa.

**Tabla 70. Sueldos Administrativos**

Descripción	Cant.	Sueldo	Recargos Patronales Iess			Provisión Beneficios Sociales			Subtotal	Total Mensual	Total Anual
			IESS	IECE	SECAP	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones			
Gerente	1	\$ 600.00	\$ 66.90	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 50.00	\$ 31.25	\$ 25.00	\$ 779.15	\$ 779.15	\$ 9,349.80
Secretaria/Con	1	\$ 400.00	\$ 44.60	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 33.33	\$ 31.25	\$ 16.67	\$ 529.85	\$ 529.85	\$ 6,358.20
<b>TOTAL</b>											<b>\$ 15,708.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 70, se detalla el total de los sueldos a pagar a los administrativos los cuales son importantes para el correcto desenvolvimiento de la empresa en el área administrativa.

**Tabla 71. Servicios Básicos**

Descripción	Unidad	Consumo mensual	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Internet	1	1	12	\$ 25.00	\$ 300.00
Teléfono	minuto	600	7200	\$ 0.03	\$ 216.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 516.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 71, se observa los valores generados por el consumo de servicios básicos utilizados por parte del área administrativa en el cumplimiento de sus funciones.

**Tabla 72. Total Costos Administrativos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Suministros de Oficina	\$102.55
Sueldos y Salarios	\$15,708.00
Servicios Básicos	\$516.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$16,224.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 72, se observa el resumen total de los costos administrativos de la empresa Representaciones Izquierdo, que llegan a \$16,224.00.

### **6.7.3 Costos de Venta**

Los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender,

(Nunes, 2016).

**Tabla 73. Sueldo y Salarios del Vendedor**

Descripción	Cant.	Sueldo	Recargos Patronales Iess			Provisión Beneficios Sociales			Subtotal	Total Mensual	Total Anual
			IESS	IECE	SECAP	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones			
Vendedores	2	\$ 375.00	\$41.81	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 31.25	\$ 31.25	\$ 15.63	\$ 498.69	\$ 997.38	\$ 11,968.50
<b>TOTAL</b>											<b>\$ 11,968.50</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 73, se detalla los valores generados por concepto de sueldos y salarios que tiene que pagar la empresa al vendedor.

**Tabla 74. Transporte**

DESCRIPCIÓN	CONSUMO MENSUAL	UNIDAD	CONSUMO ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Combustible	150	Galones	1800	\$1.48	\$2,664.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$2,664.00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 74, se observa los valores de transporte los cuales son calculados en base al consumo de combustible del vehículo el cual es de 5 galones diarios para darnos un consumo anual de \$2,664.00.

**Tabla 75. Resumen Costos de Ventas**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Sueldos	\$11,968.50
Transporte	\$2,664.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$14,632.50</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

La Tabla N° 75, detalla el resumen total de costos de ventas que interviene en la empresa.

#### **6.7.4 Costos Financieros**

Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financiero, (Economía, 2014).

Los costos financieros son aquellos intereses que la empresa va a cancelar por concepto del crédito bancario, tal cual lo muestra siguiente tabla.

**Tabla 76. Interés anual por crédito**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Interés por préstamo Mutualista Pichincha Tasa 10.21%	\$2,840.40
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,840.40</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

#### **6.7.5 Resumen de Costos**

**Tabla 77. Resumen de Costos Totales**

<b>COSTOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Producción	\$172,580.79
Administrativos	\$16,224.00
Ventas	\$14,632.50
Financiero	\$2,840.40
<b>TOTAL</b>	<b>\$203,437.29</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 77, se detalla los valores resumidos de costos que llegan a un total de \$203,437.29.

## 6.8 Situación financiera

### 6.8.1 Balance General

“También llamado Estado de Posición Financiera es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada. El Balance general presenta la situación financiera de un negocio, porque muestra clara y detalladamente el valor de cada una de las propiedades derechos, deudas y obligaciones; así como el valor del capital” (Flores, 2001).

**Tabla 78. Estado de Situación Inicial**

<b>BALANCE GENERAL EMPRESA “REPRESENTACIONES IZQUIERDO”</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
Caja-Bancos	\$2,500.00	Pasivo Corriente	\$3,740.50
Cuentas por cobrar	\$0.00	<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$3,740.50</b>
Inventario	\$6,851.26	<b>Largo Plazo</b>	
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$9,351.26</b>	Préstamo Bancario	\$30,000.00
<b>Tangibles</b>		<b>TOTAL PASIVO LP</b>	<b>\$30,000.00</b>
Maquinaria	\$14,710.00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$33,740.50</b>
Equipo y herramientas	\$1,652.00		
Equipos, muebles y enseres de oficina	\$2,525.00		
Vehículo	\$21,500.00		
(-) Depreciación acumulada neta	\$6,523.50		
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>	<b>\$33,863.50</b>		
Intangibles			
Permisos de Funcionamiento	\$550.00		
Gasto de constitución	\$1,000.00		
Estudio de mercado	\$1,200.00		
Publicidad	\$3,500.00	CAPITAL	\$14,344.25
(-) Amortización acumulada neta	\$1,380.00		
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$4,870.00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$14,344.25</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$48,084.76</b>	<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$48,084.76</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 78, se observa el estado de situación inicial de la empresa, detallando los activos, pasivos y patrimonio con los inicia la empresa.

## 6.8.2 Situación Financiera Proyectada

La proyección del Estado de Situación Proyectado se lo realiza en base a la inflación anual (1.12 %) del año 2016, según el Banco Central del Ecuador, y sus valores se los muestra en la Tabla N° 80.

**Tabla 79. Estado de Situación Proyectado**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO EMPRESA “REPRESENTACIONES IZQUIERDO”</b>						
<b>ACTIVO</b>	<b>2017</b>	<b>2,018</b>	<b>2,019</b>	<b>2,020</b>	<b>2,021</b>	<b>2,022</b>
Caja-Bancos	\$2,500.00	\$2,528.00	\$2,556.31	\$2,584.94	\$2,613.90	\$2,643.17
Cuentas por cobrar	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Inventario	\$6,851.26	\$6,927.99	\$7,005.58	\$7,084.05	\$7,163.39	\$7,243.62
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$9,351.26</b>	<b>\$9,455.99</b>	<b>\$9,561.90</b>	<b>\$9,668.99</b>	<b>\$9,777.28</b>	<b>\$9,886.79</b>
<b>Tangibles</b>						
Maquinaria	\$14,710.00	\$14,874.75	\$15,041.35	\$15,209.81	\$15,380.16	\$15,552.42
Equipo y herramientas	\$1,652.00	\$1,670.50	\$1,689.21	\$1,708.13	\$1,727.26	\$1,746.61
Equipos, muebles y enseres de oficina	\$2,525.00	\$2,553.28	\$2,581.88	\$2,610.79	\$2,640.03	\$2,669.60
Vehículo	\$21,500.00	\$21,740.80	\$21,984.30	\$22,230.52	\$22,479.50	\$22,731.27
(-) Depreciación acumulada neta	\$6,523.50	\$4,916.03	\$4,916.03	\$4,916.03	\$4,916.03	\$4,916.03
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>	<b>\$33,863.50</b>	<b>\$35,923.30</b>	<b>\$36,380.70</b>	<b>\$36,843.23</b>	<b>\$37,310.93</b>	<b>\$37,783.87</b>
<b>Intangibles</b>						
Gastos de Constitución de la empresa	\$550.00	\$556.16	\$562.39	\$568.69	\$575.06	\$581.50
Permisos de Funcionamiento	\$1,000.00	\$1,011.20	\$1,022.53	\$1,033.98	\$1,045.56	\$1,057.27
Estudio de mercado	\$1,200.00	\$1,213.44	\$1,227.03	\$1,240.77	\$1,254.67	\$1,268.72
Publicidad	\$3,500.00	\$3,539.20	\$3,578.84	\$3,618.92	\$3,659.45	\$3,700.44

(-) Amortización acumulada neta	\$1,380.00	\$2,372.00	\$2,372.00	\$2,372.00	\$2,372.00	\$2,372.00
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$4,870.00</b>	<b>\$3,948.00</b>	<b>\$4,018.78</b>	<b>\$4,090.36</b>	<b>\$4,162.74</b>	<b>\$4,235.93</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$48,084.76</b>	<b>\$49,327.29</b>	<b>\$49,961.38</b>	<b>\$50,602.58</b>	<b>\$51,250.95</b>	<b>\$51,906.59</b>
<b>PASIVO</b>						
Pasivo Corriente	\$3,740.50	\$3,782.40	\$3,824.76	\$3,867.60	\$3,910.91	\$3,954.72
<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$3,740.50</b>	<b>\$3,782.40</b>	<b>\$3,824.76</b>	<b>\$3,867.60</b>	<b>\$3,910.91</b>	<b>\$3,954.72</b>
<b>Largo Plazo</b>						
Préstamo Bancario	\$30,000.00	\$25,154.21	\$19,789.85	\$13,851.41	\$7,277.46	\$0.00
<b>TOTAL PASIVO LP</b>	<b>\$30,000.00</b>	<b>\$25,154.21</b>	<b>\$19,789.85</b>	<b>\$13,851.41</b>	<b>\$7,277.46</b>	<b>\$0.00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$33,740.50</b>	<b>\$28,936.61</b>	<b>\$23,614.61</b>	<b>\$17,719.01</b>	<b>\$11,188.38</b>	<b>\$3,954.72</b>
CAPITAL	\$14,344.25	\$20,390.69	\$26,346.78	\$32,883.57	\$40,062.58	\$47,951.87
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$14,344.25</b>	<b>\$20,390.69</b>	<b>\$26,346.78</b>	<b>\$32,883.57</b>	<b>\$40,062.58</b>	<b>\$47,951.87</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$48,084.76</b>	<b>\$49,327.29</b>	<b>\$49,961.38</b>	<b>\$50,602.58</b>	<b>\$51,250.95</b>	<b>\$51,906.59</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)



### 6.8.3 Presupuesto de ingresos

Es el computo anticipado de los ingresos, el primer paso en la implantación de todo programa presupuestal ya que este renglón es el que proporciona los medios para poder llevar a cabo las operaciones, (Gonzalez, 2002).

**Tabla 80. Ingresos**

<b>AÑOS</b>	<b>DPI REAL</b>	<b>PRECIO</b>	<b>INGRESOS</b>
2017	20101	\$20.00	\$402,010.63
2018	20406	\$20.22	\$412,692.14
2019	20716	\$20.45	\$423,657.47
2020	21031	\$20.68	\$434,914.15
2021	21351	\$20.91	\$446,469.93
2022	21675	\$21.15	\$458,332.74

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

La Tabla N° 80, muestra el detalle de la proyección de los ingresos generados por la empresa Representaciones Izquierdo, que para el año 2017 es de \$402,010.63 el cual calculamos multiplicando la Demanda Potencial Insatisfecha Real (DPI REAL), por el precio proyectado calculado anteriormente, el ingreso incrementa hasta \$458,332.74 para el año 2022.

### 6.8.4 Estado de resultados proyectados

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa (Fagilde, 2009).

**Tabla 81. Estado de Resultado Proyectado**

	<b>2,017</b>	<b>2,018</b>	<b>2,019</b>	<b>2,020</b>	<b>2,021</b>	<b>2,022</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>\$402,010.63</b>	<b>\$412,692.14</b>	<b>\$423,657.47</b>	<b>\$434,914.15</b>	<b>\$446,469.93</b>	<b>\$458,332.74</b>
(-)Costos de producción	\$172,580.79	\$174,513.70	\$176,468.25	\$178,444.70	\$180,443.28	\$182,464.24
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$229,429.83</b>	<b>\$238,178.45</b>	<b>\$247,189.22</b>	<b>\$256,469.46</b>	<b>\$266,026.65</b>	<b>\$275,868.50</b>
(-) Costos Administrativos	\$16,224.00	\$16,405.71	\$16,589.45	\$16,775.25	\$16,963.14	\$17,153.12
(-) Costos de ventas	\$14,632.50	\$14,796.38	\$14,962.10	\$15,129.68	\$15,299.13	\$15,470.48
(-) Costo financiero	\$2,840.40	\$2,321.82	\$1,747.75	\$1,112.24	\$408.72	\$0.00
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$198,573.33</b>	<b>\$204,654.53</b>	<b>\$213,889.92</b>	<b>\$223,452.28</b>	<b>\$233,355.66</b>	<b>\$243,244.89</b>
(-) Impuesto a la renta 25%	\$49,643.33	\$51,163.63	\$53,472.48	\$55,863.07	\$58,338.91	\$60,811.22
<b>(=) Utilidad después de impuestos</b>	<b>\$148,930.00</b>	<b>\$153,490.90</b>	<b>\$160,417.44</b>	<b>\$167,589.21</b>	<b>\$175,016.74</b>	<b>\$182,433.67</b>
(-)Reparto Utilidades 15%	\$22,339.50	\$23,023.63	\$24,062.62	\$25,138.38	\$26,252.51	\$27,365.05
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$126,590.50</b>	<b>\$130,467.26</b>	<b>\$136,354.82</b>	<b>\$142,450.83</b>	<b>\$148,764.23</b>	<b>\$155,068.62</b>
(+) Cargos de Depreciación y Amor.	\$7,288.03	\$7,288.03	\$7,288.03	\$7,288.03	\$7,288.03	\$7,288.03
<b>(=) FLUJOS NETOS DE EFECTIVO</b>	<b>\$133,878.53</b>	<b>\$137,755.30</b>	<b>\$143,642.85</b>	<b>\$149,738.86</b>	<b>\$156,052.26</b>	<b>\$162,356.65</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 81, se observa el detalle de los flujos de efectivo los cuales nos arrojan valores atractivos para la inversión lo cual nos indica que el proyecto es rentable y viable en la parte financiera pero más adelante utilizando otros indicadores de evaluación nos ratificara con más certeza la viabilidad del proyecto.

### 6.8.5 Flujo de caja

El flujo de caja generado por un activo durante un periodo es la diferencia entre los cobros del periodo y los pagos realizados durante el mismo. Un flujo de caja puede referirse al de un periodo pasado o al previsto para uno futuro. Igualmente, el flujo puede calcularse para el conjunto de una empresa o para una inversión u operación aislada (Pérez J. F., 2017).

**Tabla 82. Proyección Flujo de Caja**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>\$412,692.14</b>	<b>\$423,657.47</b>	<b>\$434,914.15</b>	<b>\$446,469.93</b>	<b>\$458,332.74</b>
(+) Recursos Propios	\$32,897.76	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(+) Recursos Ajenos	\$30,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(+) Ingresos por ventas	\$0.00	\$412,692.14	\$423,657.47	\$434,914.15	\$446,469.93	\$458,332.74
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$203,437.29</b>	<b>\$205,715.79</b>	<b>\$208,019.81</b>	<b>\$210,349.63</b>	<b>\$212,705.55</b>
(+) Costos operacionales	\$0.00	\$172,580.79	\$174,513.70	\$176,468.25	\$178,444.70	\$180,443.28
(+) Costo de venta	\$0.00	\$14,632.50	\$14,796.38	\$14,962.10	\$15,129.68	\$15,299.13
(+) Costo administrativos	\$0.00	\$16,224.00	\$16,405.71	\$16,589.45	\$16,775.25	\$16,963.14
<b>(=) FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>\$209,254.85</b>	<b>\$217,941.68</b>	<b>\$226,894.35</b>	<b>\$236,120.30</b>	<b>\$245,627.20</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>
(+) Créditos a contratarse a corto plazo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>(-) EGRESO NO OPERACIONALES</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>
(+) Interés pago de créditos a largo plazo	\$0.00	\$4,487.25	\$4,487.25	\$4,487.25	\$4,487.25	\$4,487.25
Otros egresos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>(=) FLUJO NO OPERACIONAL</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>	<b>\$4,487.25</b>
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>\$204,767.60</b>	<b>\$213,454.43</b>	<b>\$222,407.10</b>	<b>\$231,633.05</b>	<b>\$241,139.95</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

## 6.9 Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio o Punto de Ruptura o Punto de Quiebra es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variable y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se ha dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio (Fernández P., 2010).

Por lo tanto el punto de equilibrio es aquel punto donde la empresa no pierde ni gana, es decir sale a tabla el cálculo de éste sirve para la toma de decisiones en la parte gerencial de la empresa.

**Tabla 83. Costos Fijos y Costos Variables**

<b>COSTOS FIJOS</b>		<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Depreciación y Amortización	\$7,903.50	Materia Prima	\$108,894.63
Mantenimiento	\$190.00	Insumos	\$3,063.15
Servicios Básicos	\$516.00	Materiales	\$3,216.09
Sueldos y salarios Administrativos	\$15,708.00	Luz y Agua	\$852.00
Sueldos y salarios vendedores	\$11,968.50	Mano de Obra directa e indirecta	\$48,461.43
Interés crédito	\$2,840.40	Transporte	\$2,664.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$36,286.00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$167,151.29</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

En la Tabla N° 83, se observa los valores de los costos fijos que son \$36,286.00 y los costos variables son \$167,151.29, los cuales son necesarios para realizar el cálculo del punto de equilibrio.

### 6.9.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades monetarias se usa la siguiente formula.

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

**Donde:**

**PE:** Punto de equilibrio

**CF:** Costos fijos

**CV:** Costos Variables

**V:** Ventas

**Datos**

**CF**= \$36,286.00

**CV**=\$167,151.29

**V** = \$402,010.63

$$PE = \frac{\$36,286.00}{1 - \frac{\$167,151.29}{\$402,010.63}}$$

$$PE = \$62,111.04$$

El punto de equilibrio en unidades monetarias es de \$62,111.04, lo cual es un valor base que tiene la empresa que obtener para no presentar ni perdidas ni ganancias.

**6.9.2. Punto de equilibrio en unidades de producción**

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

**PE:** Punto de equilibrio

**CF:** Costos fijos

**CVU:** Costos Variables Unitario

**PVU:** Precio de venta unitario

**Datos**

**CF**= \$36,286.00

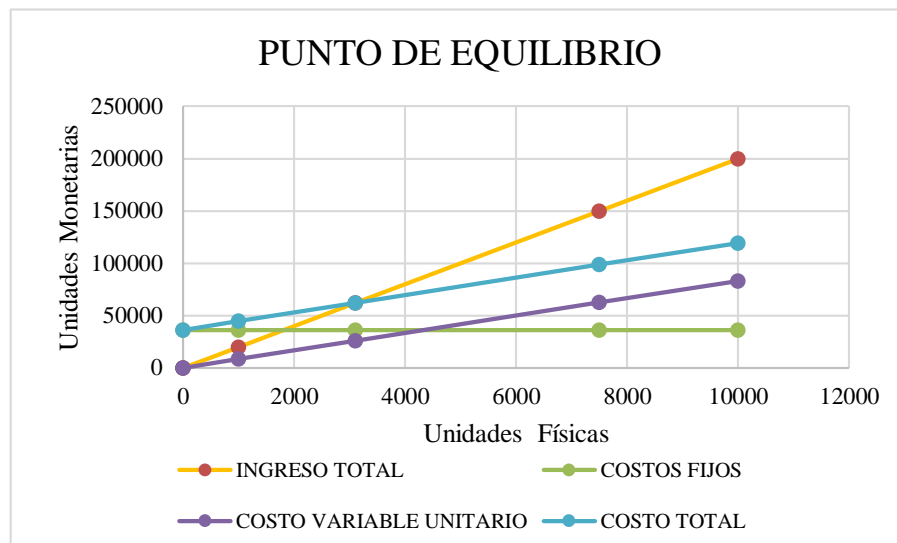
**CVU**= \$167,151.29/20101 = \$8.32

**PVU** = \$20.00

$$PE = \frac{\$36,286.00}{\$20.00 - \$8.32}$$

$$PE = 3106$$

El punto de equilibrio en unidades físicas es de 3106 prendas, que tiene que fabricar la empresa para no presentar no perdidas ni ganancias.



**Ilustración 46. Punto de Equilibrio Graficado**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Izquierdo, N. (2017)

## 6.10 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.

Es la diferencia expresada en términos porcentuales, entre el precio que se paga por un título y su Valor nominal, siendo este último superior al primero y sujeto a ser rescatado en una fecha determinada, (Ecofinanzas, 2012).

### 6.10.1 Cálculo del Tmar 1 sin financiamiento

Es la rentabilidad que como mínimo se desea obtener, cuando el resultado del VAN que se obtiene es positivo indica que la rentabilidad de la opción de inversión evaluada es superior a la TMAR. Hay que ver a la TMAR como una barrera o nivel donde las alternativas de inversión que la superen pueden ser tomadas en cuenta y desechadas las que no alcancen ese nivel mínimo (Otero, 2011).

Fórmula para el cálculo del Tmar:

$$Tmar1 = i + f$$

**Donde:**

Tmar: tasa mínima aceptable de rendimiento

i: Riesgo país BCE

f: Inflación BCE

### Datos

i: 6,70%

f: 1,12%

$$Tmar1 = 0,0670 + 0,0112$$

$$Tmar1 = 0,0782$$

$$Tmar1 = 7,82 \%$$

### 6.10.2 Cálculo del Tmar 2 sin financiamiento

Fórmula para el cálculo del Tmar:

$$Tmar2 = i + f(2)$$

$$Tmar2 = 0,0670 + 0,0112(2)$$

$$Tmar2 = 0,0670 + 0,0224(2)$$

$$Tmar2 = 0,0894$$

$$Tmar2 = 8,94 \%$$

Terminado de calcular el Tmar 1 y Tmar 2 sin financiamiento se procedo al cálculo del Tmar Global Mixto con financiamiento.

### 6.10.3 Tmar global mixto 1

Tabla 84. Tmar Global Mixto 1

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	% de Aportación	Tmar Anual	PONDERACIÓ N
Capital propio	\$32,897.76	0.5230	0.0782	0.040901374
Institución financiera	\$30,000.00	0.4770	0.1676	0.079939254
<b>TOTAL</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>100%</b>	<b>0.2458</b>	<b>0.120840628</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Propia <b>Elaborado por:</b> Izquierdo, N. (2017)		<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>12.08</b>

En la Tabla N° 84, se detalla la tasa mínima aceptable de rendimiento, con financiamiento que la empresa debería obtener sobre su inversión.

### 6.10.4 Tmar global mixto 2

Tabla 85. Tmar Global Mixto 2

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	% de Aportación	Tmar Anual	PONDERACIÓN
Capital propio	\$32,897.76	0.5230	0.0894	0.046759372
Institución financiera	\$30,000.00	0.4770	0.1676	0.079939254
<b>TOTAL</b>	<b>\$62,897.76</b>	<b>100%</b>	<b>0.2570</b>	<b>0.126698626</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Propia		<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>12.67</b>
<b>Elaborado por:</b> Izquierdo, N. (2017)				

En la Tabla N° 85, se observa la tasa obtenida del Tmar 2, con financiamiento que es de 12.67% que la empresa debe obtener sobre su inversión.

### 6.11 Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

El VAN es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado (Barrachina C., 2013).

#### 6.11.1 VAN 1

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

$$VAN = -\$62,897.76 + \$126.636,97 + \$144.407,83 + \$149.903,83 + \$155.559,55 + \$161.379,23$$

$$VAN = 463,116.69$$

#### 6.11.2 VAN 2

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

$$VAN = -\$62,897.76 + \$126.629,56 + \$144.390,93 + \$149.877,52 + \$155.523.14 + \$161.332,03$$



$$VAN = 455,270.54$$

El Valor Actual Neto 1 y 2, es mayor cero por lo tanto el proyecto es factible.

## 6.12 Indicadores Financieros

Un Índice o Indicador Financiero es una relación entre cifras extractadas bien sea de los estados financieros principales o de cualquier otro informe interno o estado financiero complementario o de propósito especial, con el cual el analista o usuario busca formarse una idea acerca del comportamiento de un aspecto, sector o área de decisión específica de la empresa, (León G., 2009).

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias (Martinez R., 2013).

### 6.12.1 Índices de Solvencias

“Es la capacidad de una Empresa para pagar sus pasivos circulantes. Un Índice de Solvencia excepcionalmente bajo indica que la compañía se encontrará con dificultades para pagar su Pasivo a Corto Plazo; mientras que un Índice muy elevado sugiere que los fondos no están empleándose Bien dentro de la Empresa y que, por tanto, se cuenta con Dinero ocioso” (Ecofinanzas, 2012).

$$Solvencia = \frac{\text{activototal}}{\text{pasivototal}}$$

$$Solvencia = \frac{\$ 48.084,76}{\$ 33,740,50} = \$ 1,43$$

El indicador de solvencia indica que la empresa está en la capacidad de recuperar \$1,43 por cada dólar invertido.

### 6.12.2 Índices de Liquidez

Son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis, para establecer el grado de liquidez de una empresa y por ende su capacidad de generar efectivo, para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas, (Martinez R., 2013).

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{activo circulante}}{\text{pasivo circulante}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\$ 9351.26}{\$ 3740.50}$$

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

Los resultados nos dice que por cada \$1 de pasivo corriente, la empresa cuenta con \$2,50 de respaldo para cubrir sus obligaciones.

### 6.12.3 Índices de Endeudamiento

Son indicadores que se utilizan con el fin de determinar qué tanto riesgo están corriendo los propietarios al financiar parte de sus activos con deuda. Esta deuda no solamente es la deuda financiera, sino también la que se asume con los proveedores de bienes y servicios (León G., 2009).

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{activo total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\$33,740.50}{\$48.084,76} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 70.17\%$$

El porcentaje de participación de los acreedores de la empresa sobre el total activos es del 70.17%.

### 6.12.4 Índices de apalancamiento

“Es un indicador del nivel de endeudamiento de una organización en relación con su activo o patrimonio. Consiste en utilización de la deuda para aumentar la rentabilidad esperada del capital propio” (Gerencie, 2012).

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\$33,740.50}{\$ 14.344,25}$$

$$\text{Apalancamiento} = \$2,35$$

El porcentaje de compromiso con los acreedores de la empresa es mayor a 1, por tal razón es conveniente financiar la actividad de la empresa a través de deuda debido a que produce una utilidad superior a lo que se adeuda.

### 6.13 Tasa beneficio – costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto, (Vaquino C., 2010).

B/C > 1 = Proyecto aceptable

B/C = 0 = Proyecto postergado

B/C < 0 = Proyecto no Aceptable

$$\frac{RB}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{\$ 2.176.066,44}{\$ 1.071.400,92}$$

$$\frac{RB}{C} = \$2.03$$

Según la relación beneficio-costo tiene \$2,03 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido.

#### 6.14 Periodo de recuperación de la inversión

Es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo y además es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, (Vaquino C., 2010).

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$ 62.897,76}{\frac{\sum \$ 740.664,43}{5}} = 0,42$$

0,42 = 0 año

0,42 \* 12 meses = 5,10 (5 meses)

0,10 \* 30 días = 3 días

El tiempo que le tomara a la empresa recuperar su inversión es de 5 meses y 3 días.

#### 6.15 Tasa interna de retorno

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto, (Sevilla, 2016).

**Cálculo:**

$$TIR = Tmar1 + (tmar2 - tmar1) \left( \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$
$$TIR = 0.1208 + (0.1267 - 0.1208) \left( \frac{463,116.69}{463,116.69 - 455,270.54} \right)$$

$$TIR = 0,7478$$

$$TIR = 74.78\%$$

La tasa interna de retorno (TIR), es de 74,78% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), lo cual demuestra la factibilidad económica del proyecto.

## 6.16 Análisis de sensibilidad

Tabla 87. Análisis de Sensibilidad

Variaciones	Valor Real	Escenario (+) 20%	Escenario (-) 20%
VAN 1	\$ 463,116.69	\$ 555,740.03	\$ 370,493.36
VAN 2	\$ 455,270.54	\$ 546,324.65	\$ 364,216.44
TIR	74,78%	89.74%	59.83%
RBC	\$2,03	\$2.44	\$1.62
PRI	0,42	0,34	0,51

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Izquierdo, N. (2017)

Una vez realizado el análisis de sensibilidad necesario para la valuación del proyecto, se concluye que en el escenario optimista como en el escenario pesimista el proyecto ofrece réditos económicos para sus inversionistas lo cual lo hace viable para su ejecución inmediata.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

- Primeramente tenemos que mencionar que el tema de los emprendimientos generan desarrollo económico a quien/nes lo ejecuten, debido que el desarrollo de los pueblos empiezan con una idea sin embargo se debe minimizar los riesgos a la hora de invertir por lo tanto es de vital importancia que se lleven estudios del comportamiento del mercado que permitan identificar las necesidades de los consumidores.
- En base al estudio de mercado aplicado en este proyecto se evidencia que la marca de tiene un alto porcentaje de aceptación por parte de los consumidores es decir tienen la predisposición de adquirir los productos de esta marca.
- De acuerdo al estudio técnico se identificó los recursos materiales necesarios para la ejecución del proyecto los mismos que se encuentran sin dificultad en el mercado local lo cual facilita el desarrollo del proyecto además se conoció el proceso de producción del producto siendo este el más adecuado en lo que respecta para que la empresa tenga un bajo costo de producción.
- En base al estudio organizacional se pudo determinar que es una empresa con organización formal básica lo cual fomenta el trabajo armonioso y en equipo generando un buen clima laboral para los miembros de la empresa aportando así al desarrollo socio económico de todos quienes la conforman.
- De acuerdo al estudio financiero se pudo conocer que el proyecto es viable y rentable debido a que sus indicadores financieros arrojaron resultados atractivos para el inversionista, que tiene en el proyecto la mejor opción de invertir que invertir su dinero en instituciones financieras.

## 7.16 Recomendaciones

- Se recomienda que antes de invertir en cualquier proyecto, se debe analizar las mejores opciones presentadas a través de un plan de negocio sistemático y bien estructurado que reflejen el contexto de los proyectos.
- Hacer estudios de mercados antes y durante se ejecuten emprendimientos; realizarlo antes permite conocer la disponibilidad del cliente hacia el producto, realizarlo la ejecución del emprendimiento permite conocer los cambios de la tendencia del mercado que pueden afectar el rendimiento progresivo del negocio y poder adelantarnos con estrategias acordes al mercado.
- Es necesario realizar el estudio técnico para determinar la mejor opción al momento de adquirir los recursos materiales que le hagan ahorra a la empresa dinero pues por medio de la aplicación de la tecnología en los procesos se pueden abaratar costos de producción lo que le generaría a la empresa mayores réditos económicos.
- Ser prudente al momento al momento de estructurar la empresa para evitar tener exceso de personal que no contribuyan por razón que generan alto costo de mano de obra y se llega al abuso de confianza por parte de los empleados.
- Para finalizar es necesario realizar periódicamente un análisis de la situación económica de la empresa para tomar a tiempo los correctivos necesarios que le permitan a la empresa ser auto sustentable en el tiempo y no caer en la demagogia de creer que está yendo por buen camino.

## BIBLIOGRAFÍA

- Anzil, F. (17 de Enero de 2012). *Zona Económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Barrachina C., M. (10 de Julio de 2013). *Emprendedores*. Obtenido de <https://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/>
- Bonta, P., & Farber, M. (2003). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Camacho, J. (2010). *La administración en la empresa rural*. Costa Rica: EUNED.
- Cerón, G. (2012). *Economía aplicada a la valoración de impactos ambientales*. Manizales: Comité Gabriel.
- Ecofinanzas. (15 de 12 de 2012). *Índice de solvencia*. Obtenido de [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INDICE\\_DE\\_SOLVENCIA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INDICE_DE_SOLVENCIA.htm)
- Ecofinanzas. (15 de 12 de 2012). *Tasa de descuento*. Obtenido de [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA\\_DE\\_DESCUENTO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA_DE_DESCUENTO.htm)
- Econlink. (28 de Febrero de 2008). *Econlink*. Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml>
- Economía, E. d. (12 de Mayo de 2014). *La Gran Enciclopedia de Economía*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (08 de Febrero de 2017). *"Definición de razón social"*. Obtenido de <http://www.tiposde.org/derecho/1022-definicion-de-razon-social/#ixzz4oYSSs63P>
- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Fagilde, C. A. (2009). *Presupuesto Empresarial, un Enfoque Práctico para el Aula*. Barinas: UNELLEZ.
- Fernández P., R. (05 de Enero de 2010). *Zona Económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/punto-de-equilibrio#punto-de-equilibrio>
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill Editores.
- Flores, E. L. (2001). *Primer Curso de Contabilidad*. México: Trillas .



- García, G. A. (04 de Octubre de 2016). *Sage Experience*. Obtenido de <http://blog.sage.es/contabilidad/activos-intangibles-ayudar-empresa/>
- Gerencie. (11 de 12 de 2012). *Apalancamiento financiero*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/apalancamiento-financiero.html>
- Gonzalez, M. E. (30 de Octubre de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/presupuesto-de-ingresos/>
- Google Maps. (2017). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-1.2257967,-78.7880964,10.26z>
- Grajales, G. (2015). *Estudio de mercado y Comercialización*. México: Mc Hill Editores.
- Griffin, R. (2011). *Administracion*. México: Cengage Learning.
- Holguín, M. M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Horngren, C. (2012). *Introduccion a la Contabilidad*. México: Hall Inc.
- INEC. (2010). *Indicadores Laborales*. Quito: INEC.
- Inversiones, E. d. (05 de Noviembre de 2014). *Enciclopedia de las Inversiones*. Obtenido de <http://www.inversion-es.com/plan-de-inversiones.html>
- Kiyosaki, R. (2015). *Guia para Invertir*. México: Aguilar.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principios de Marketing*. México: Pearson Education.
- La Hora. (Mayo de Viernes de 2013). Inec: Tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas. *La Hora*.
- Leon A., F. (2015). ¿Qué es la segmentación de mercado? *Mercad 2.0 Mercadotecnia Publicidad y Medios*.
- León G., O. (18 de Agosto de 2009). Obtenido de <http://www.oscarleongarcia.com/site/documentos/complem02ed4revisiiondelosSEEFF.pdf>
- Mangonez, G. (2012). *Diccionario de Economia*. Colombia: Consejo Editorial Universitario.
- Martinez R., H. (15 de 03 de 2013). *Web del Profesor*. Obtenido de <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/mendezm/analisis%20I/IndicadoresFinancieros.pdf>
- McGraw-Hill, E. (19 de 09 de 2008). *mailxmail*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-auditoria-patrimonio/patrimonio-pasivo->

fijo-pasivo-circulante

- Nunes, P. (17 de 01 de 2016). *Knook Enciclopedia Tematica*. Obtenido de <http://knook.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>
- Ortegon, E., Pacheco, J., & Roura, H. (2005). *Metodologia general de identificacion, preparacion y evaluacion de proyectos de inversion publica*. Santiago de Chile: Cepal.
- Otero, M. (06 de Junio de 2011). *El Tiempo*. Obtenido de <http://eltiempo.com.ve/opinion/columnistas/tmar/25169>
- Palacio, I. (2010). *Guia practica para la identificacion, formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Pérez, D., & Pérez, I. (2010). *El Precio. Tipos y Estrategias de fijación*. España : EOI Escuela de Negocios.
- Pérez P., J., & Gardey, A. (09 de Agosto de 2014). *Definición*. Obtenido de <http://definicion.de/activo-circulante/>
- Pérez, J. F. (2017). *Los flujos de caja de la empresa*. Madrid: ESIC.
- Pro Ecuador. (09 de 12 de 2014). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/textiles-y-confecciones/>
- Pro Ecuador. (08 de 03 de 2016). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/textiles-y-confecciones/>
- Puentes, H. (22 de Marzo de 2015). *Acerca de nosotros: modulotecnico.blogspot.com*. Obtenido de <http://modulotecnico.blogspot.com/2010/06/b-tamano-del-negocio.html>
- Rámirez, R. (19 de Agosto de 2016). *Acerca de nosotros: es.scribd.com*. Obtenido de [es.scribd.com Web site: https://es.scribd.com/doc/59101334/canales-de-comercializacion](https://es.scribd.com/doc/59101334/canales-de-comercializacion)
- Rivas, J. A. (Febrero de 2009). *República.com*. Obtenido de <http://empresayeconomia.republica.com/comercio-exterior/el-sistema-de-maquila-como-alternativa-para-producir-a-bajo-costos.html>
- Rodas, F. (08 de Febrero de 2012). *Contabilidad Puntual*. Obtenido de <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- Romero, F. (04 de Noviembre de 2014). *Aula mass*. Obtenido de

- <http://aula.mass.pe/manual/empresas-segun-organizacion-juridica>
- Sanchez F., F. (29 de Octubre de 2011). *Slide Share*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ffernandez3000/canales-de-comercializacin-9939137>
- Senplades. (2012). Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec>
- Senplades. (Noviembre de 2015). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-3.pdf>
- Sevilla, A. (02 de Agosto de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Soriano, C. (2013). *Instrumentos de Análisis Estratégico del mercadeo*. Madrid: Díaz de Santos.
- Tamayo, M. (2003). *El Proceso de Investigación Científica*. México: Noriega Editores.
- Vaquino C., J. (23 de Febrero de 2010). *Pymes Futuro*. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

## ANEXOS

### ANEXO A. Maquinarias



**Maquina Overlock Lijia**



**Maquina zigzag Siruba T828**



**Maquina Línea recta Juki DDL8100**



**Elasticadora Juki MS**



**Remachadora**



**Plancha**

**ANEXO B. Tabla de Amortización**

# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Pago Mensual	Saldo
1	\$255.25	\$385.27	\$640.52	\$29,614.73
2	\$251.97	\$388.54	\$640.52	\$29,226.19
3	\$248.67	\$391.85	\$640.52	\$28,834.34
4	\$245.33	\$395.18	\$640.52	\$28,439.16
5	\$241.97	\$398.55	\$640.52	\$28,040.61
6	\$238.58	\$401.94	\$640.52	\$27,638.68
7	\$235.16	\$405.36	\$640.52	\$27,233.32
8	\$231.71	\$408.81	\$640.52	\$26,824.51
9	\$228.23	\$412.28	\$640.52	\$26,412.23
10	\$224.72	\$415.79	\$640.52	\$25,996.44
11	\$221.19	\$419.33	\$640.52	\$25,577.11
12	\$217.62	\$422.90	\$640.52	\$25,154.21
13	\$214.02	\$426.50	\$640.52	\$24,727.72
14	\$210.39	\$430.12	\$640.52	\$24,297.59
15	\$206.73	\$433.78	\$640.52	\$23,863.81
16	\$203.04	\$437.47	\$640.52	\$23,426.33
17	\$199.32	\$441.20	\$640.52	\$22,985.14
18	\$195.57	\$444.95	\$640.52	\$22,540.19
19	\$191.78	\$448.74	\$640.52	\$22,091.45
20	\$187.96	\$452.55	\$640.52	\$21,638.90
21	\$184.11	\$456.40	\$640.52	\$21,182.49
22	\$180.23	\$460.29	\$640.52	\$20,722.20
23	\$176.31	\$464.20	\$640.52	\$20,258.00
24	\$172.36	\$468.15	\$640.52	\$19,789.85
25	\$168.38	\$472.14	\$640.52	\$19,317.71
26	\$164.36	\$476.15	\$640.52	\$18,841.56
27	\$160.31	\$480.21	\$640.52	\$18,361.35
28	\$156.22	\$484.29	\$640.52	\$17,877.06
29	\$152.10	\$488.41	\$640.52	\$17,388.65
30	\$147.95	\$492.57	\$640.52	\$16,896.08
31	\$143.76	\$496.76	\$640.52	\$16,399.32
32	\$139.53	\$500.98	\$640.52	\$15,898.34
33	\$135.27	\$505.25	\$640.52	\$15,393.09
34	\$130.97	\$509.55	\$640.52	\$14,883.54
35	\$126.63	\$513.88	\$640.52	\$14,369.66
36	\$122.26	\$518.25	\$640.52	\$13,851.41
37	\$117.85	\$522.66	\$640.52	\$13,328.75
38	\$113.41	\$527.11	\$640.52	\$12,801.64
39	\$108.92	\$531.60	\$640.52	\$12,270.04
40	\$104.40	\$536.12	\$640.52	\$11,733.92
41	\$99.84	\$540.68	\$640.52	\$11,193.24


42	\$95.24	\$545.28	\$640.52	\$10,647.96
43	\$90.60	\$549.92	\$640.52	\$10,098.04
44	\$85.92	\$554.60	\$640.52	\$9,543.45
45	\$81.20	\$559.32	\$640.52	\$8,984.13
46	\$76.44	\$564.08	\$640.52	\$8,420.05
47	\$71.64	\$568.88	\$640.52	\$7,851.18
48	\$66.80	\$573.72	\$640.52	\$7,277.46
49	\$61.92	\$578.60	\$640.52	\$6,698.87
50	\$57.00	\$583.52	\$640.52	\$6,115.35
51	\$52.03	\$588.48	\$640.52	\$5,526.86
52	\$47.02	\$593.49	\$640.52	\$4,933.37
53	\$41.97	\$598.54	\$640.52	\$4,334.83
54	\$36.88	\$603.63	\$640.52	\$3,731.20
55	\$31.75	\$608.77	\$640.52	\$3,122.43
56	\$26.57	\$613.95	\$640.52	\$2,508.48
57	\$21.34	\$619.17	\$640.52	\$1,889.31
58	\$16.07	\$624.44	\$640.52	\$1,264.87
59	\$10.76	\$629.75	\$640.52	\$635.11
60	\$5.40	\$635.11	\$640.52	\$0.00



## ANEXO C. Instituciones Financieras

INSTITUCIONES FINANCIERAS	MONTO	TASA DE INTERÉS	MESES PLAZO	GARANTES	ENCAJE
Banco Pichincha	\$ 30,000.00	11.12%	60	2	0
Banco del Austro	\$ 30,000.00	11.09%	60	2	0
Mutualista Pichincha	\$ 30,000.00	10.21%	60	1	0
Cooperativa Cacpeco	\$ 30,000.00	12.08%	60	2	10%

## ANEXO D. Marca



 Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual  
 INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL  
 FORO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

**Dirección Nacional de Propiedad Industrial**
**Título N° 6577-14**


En cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución N° 155442 de 9 de julio de 2014, se procede a OTORGAR el título que acredita el registro de la MARCA DE PRODUCTO, trámite número IEPI-UIO-PI-SD-2013-48982-RE, de octubre 23 de 2013.

DENOMINACIÓN	BLUE SHARK. I. JEANS 1979 + logotipo
PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PROTEGE	Toda clase de ropa de niños, hombre y de mujer. CLASE INTERNACIONAL 25
DESCRIPCIÓN DEL SIGNO	Igual a la etiqueta adjunta con todas las reservas que sobre ella se hacen.
VENCIMIENTO	9 de julio de 2024
TITULAR	IZQUIERDO SIGUENZA, NICOLAS AQUILES
DOMICILIO	GUSTAVO EGUEZ N° 2 Y TEOFILO LOPEZ, AMBATO - ECUADOR

Quito D.M., 15 de septiembre de 2014

  
 Abg. Juan Fernando Salazar  
 DIRECTOR NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

J.C.R.



Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual  
www.institutoecuatoriano.gob.ec  
0PE00AAA08819

